

# Uniintern 4/04

**EDITORIAL**

**INFORMATION BEDEUTET  
MOTIVATION**



Prof. Dr. R. Steinberg

Verehrte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, liebe Kolleginnen und Kollegen,  
das Jubiläumsjahr 2004 liegt fast hinter uns. In vielen Bereichen ist die Universität Frankfurt auch dank Ihres Engagements und Ihres Einsatzes wieder ein gutes Stück vorangekommen und hat an Profil gewonnen – unter Rahmenbedingungen, die sich nicht wesentlich verschlechtert haben.

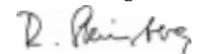
Es ist schon eine gute Botschaft, dies sagen zu können. Und dennoch: obwohl die Universität nicht über weniger Mittel verfügt, sind schmerzhaft Stellenkürzungen leider unvermeidbar; UniIntern informiert. Trotzdem ist die Universität Frankfurt gut auf eine Situation knapperer Ressourcen vorbereitet; der Hochschulentwicklungsplan 2001 war hier ein wichtiger Meilenstein – und das zählt sich jetzt aus: Hessenweit liegen wir mit der TU Darmstadt an der Spitze. Und das nicht nur, weil die Landesregierung weiterhin ihr volles Vertrauen in uns setzt und unerschütterlich an den Plänen festhält, mit einem Investitionsvolumen von 600 Millionen Euro diese Universität bis zum 100. Geburtstag praktisch neu zu errichten. Der Bezug des Neubaus Physik, der Abschluss des Wettbewerbs für den Neubau Geowissenschaften und in diesen Tagen des Realisierungswettbewerbs für die erste Ausbaustufe des Campus Westend sind klare Signale: es geht voran!

Auch die universitätseigene Servicegesellschaft Campuservice, zu der Sie nebenstehend einen Beitrag finden, ist ein wichtiger Faktor der ‚Operation Zukunft‘. Sie hat die Spielräume, die eine Universität (noch) nicht hat; ihre Geschäftstätigkeit soll der Universität nicht nur finanzielle Quellen erschließen, sondern auch ein positives und professionelles Profil dieser Hochschule bei externen Partnern schärfen.

Kanzler Hans Georg Mockel hat eine intensivere Kommunikation innerhalb der Verwaltung und zwischen Verwaltung und Fachbereichen zur Maxime erhoben: das Präsidium unterstützt diesen Kurs. Wir werden daher im kommenden Jahr weitere Anstrengungen unternehmen, die inneruniversitäre Kommunikation zu intensivieren. Hierzu wird ein von Campuservice initiiertes Informationssystem einen wichtigen Beitrag leisten. Ich möchte Sie ausdrücklich dazu ermuntern, die bestehenden Medien zu nutzen, um Kritik, Anregungen oder auch ein Lob in die universitäre Öffentlichkeit zu tragen und damit zur Diskussion zu stellen. Eine Universität lebt schließlich vom engagierten, auch kontroversen Austausch und entwickelt sich auf diese Weise weiter.

Für das gesamte Präsidium bedanke ich mich nochmals sehr herzlich für die geleistete Arbeit und Ihren persönlichen Beitrag zur Weiterentwicklung der Universität. Auch im kommenden Jahr setzen wir auf Ihre Initiative, Ihre Kompetenz und Erfahrung – mehr denn je sind wir uns sicher: die Arbeit für diese Universität ist aller Mühen wert.

Ich wünsche Ihnen und Ihren Familien im Namen des Präsidiums frohe, erholsame Weihnachtsfeiertage und ein gutes Neues Jahr.

  
Prof. Rudolf Steinberg

## Das Universitätsunternehmen Campuservice bietet viele Services

Seit etwa zwei Jahren hat die Universität gezielt Schritte eingeleitet, um ungenutzte Ressourcen zur Generierung von Drittmitteln verfügbar zu machen. Diese Aufgabe wurde einer eigens gegründeten Gesellschaft übertragen, deren Name – Campuservice – unterdessen an der gesamten Universität nicht nur ein Begriff ist, sondern dank des freundlichen Teams um Geschäftsführer Jochen May auch einen guten Klang hat.

Gleich mehrere Ziele verband die Hochschulleitung mit der Gründung von Campuservice: Mehr Gestaltungsspielräume in der Vermarktung der Universität, hierbei insbesondere bei Werbemaßnahmen an der Universität und bei der Vermietung von Räumlichkeiten, um dadurch eine bessere Verankerung in Stadt und Region durch das Knüpfen neuer Partnerschaften zu erreichen. Und natürlich daraus die Generierung von Mitteln und zusätzlichen Angeboten, um die Studien- und Arbeitsbedingungen an der Universität zu verbessern und so die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.

Richtig attraktiv für externe Veranstalter wurde die Universität mit der Inbetriebnahme des Campus Westend. Rasch zeigte sich, dass die Nachfrage nach den repräsentativen Räumlichkeiten sich nicht mit ‚Bordmitteln‘ organisieren lassen würde. Die Gründung von Campuservice war die folgerichtige Konsequenz.

Gewiss, die außeruniversitäre Vermarktung von Räumlichkeiten stieß anfangs nicht immer auf Verständnis oder gar Akzeptanz. Gerade deshalb war ein professionelles Projektmanagement nach innen, aber auch nach außen so wichtig. Zu kurz darf man dabei nicht denken: gute Arbeit von Campuservice hinterläßt einen guten Eindruck bei externen Partnern, die vielfach aus der Wirtschaft kommen. Die positive Wahrnehmung der Universität wiederum erhöht die Bereitschaft, sich an und für die Universität zu engagieren.

Die Vermietung von Räumlichkeiten ist sicher die sichtbarste Aktivität. Daneben koordiniert Campuservice aber auch die Marketingaktivitäten an der Universität und investiert in den Aufbau der wichtigen Career Services und zusätzlicher (Weiter)Bildungsangebote zur Verbesserung des Berufseinstiegs für Studierende. Auch bei Einzelprojekten wie ‚unistart‘ zur Begrüßung der Erstsemester oder der Einführung eines Infosystems zur Verbesserung der Kommunikation an der Universität engagiert sich Campuservice.

Ralf Breyer

### „Aufbruch in eine neue Zeit für die Hochschulen in Deutschland“

Ein Gespräch mit Campuservice – Geschäftsführer Jochen May

#### ? : Herr May, wie sind Ihre Erfahrungen an der Universität?

Es ist deutlich spürbar, dass neue Anforderungen an die Universität gestellt werden. Wir befinden uns mitten in vielfältigen Veränderungsprozessen, die mich persönlich sehr faszinieren. Es ist ein Aufbruch in eine neue Zeit für die Hochschulen in Deutschland, auf die die Universität frühzeitig durch Verabschiedung des Hochschulentwicklungsplans 2001 reagiert hat. Ich nenne die Stichworte Wettbewerb, Qualität, Internationalität. Als Servicegesellschaft unterstützen wir die Universität gerne dabei, diese Herausforderungen zu meistern.

Unsere Arbeit wird aufmerksam innerhalb und außerhalb der Universität verfolgt und oft auch sehr positiv aufgenommen. Gerade außerhalb der Universität wird diese Entwicklung und Öffnung der Universität sehr begrüßt. Ganz klar: es gab und gibt auch Bedenken. Ich halte das allerdings vor dem Hintergrund dieser doch tiefgründigen ‚Umbruchsituation‘ für ganz normal; es ist für mich und das Team Motivation, um auch die Skeptiker durch gute Arbeit und Ergebnisse zu überzeugen.



### ?: ‚Marketing an der Universität, Marketing für die Universität‘ – wo liegt der Unterschied?

Campuservice betreibt sämtliche Formen des Marketings externer Institutionen an der Universität durch Werbung, Verkaufsförderung, Verkauf, Produkt-Placements, Image-Kampagnen, Umfragen oder Marktforschung. Dabei werden die Botschaften, Kampagnen oder sonstigen kommunikativ-werblichen Anliegen dieser externen Institutionen über verschiedene Kanäle, Werbemittel oder Werbeträger an der Universität platziert. Marketing für die Universität sind alle Maßnahmen der Universität, um sich nach innen und außen selbst darzustellen. Das ist die gesamte ‚Unternehmens‘-Kommunikation mit sämtlichen Aspekten der Corporate Identity (CI), des Corporate Design (CD) und der Public Relations (PR).

### ?: Gibt es an anderen Universitäten vergleichbare Gesellschaften?

Es gibt verschiedene Ansätze, wie die Universitäten auf die neuen Anforderungen reagieren. Auch Gründungen von eigenen Gesellschaften oder Vereinen durch die Universitäten, z.B. in Hamburg oder Mannheim, gehören dazu. Sie haben aber andere

Schwerpunkte bzw. sind anders organisiert. Das sollte auch jede Universität so machen, wie es für sie am besten passt, denn Ausgangspositionen und Voraussetzungen sind von Universität zu Universität natürlich unterschiedlich. Wir sind mit unserem Modell in Frankfurt jedenfalls sehr weit vorne und werden entsprechend oft auch von anderen Universitäten danach gefragt.

### ?: Welche Aktivitäten werden Sie in Zukunft ausbauen?

Wir wollen das Feld Career Services zur Vermittlung von Studierenden in Arbeitsverhältnisse nach internationalem Vorbild intensiver beackern; derzeit sammeln wir gemeinsam mit dem Fachbereich Wirtschaftswissenschaften hier erste Erfahrungen. Darüber hinaus wollen wir zusätzliche Qualifikationsangebote zur Ergänzung der wissenschaftlichen Ausbildung machen.

Ein neues Konzept für Werbung an der Universität ist unterdessen vorangeschritten. Ziel ist es nicht, weniger Werbung vieler Anbieter auf dem Campus zu haben, sondern mit wenigen ausgewählten Partnern Werbepartnerschaften auf hohem Qualitätsniveau abzuschließen, die auch einen erkennbaren Nutzen für die Studierenden und die Beschäftigten bringen.

Wir wollen weiterhin einen Beitrag leisten, die Studien- und Arbeitsqualität an der Uni Frankfurt zu steigern, wobei wir sehr eng insbesondere mit Marketing und Kommunikation zusammen arbeiten. Dazu zählt die logistische Unterstützung der Erstseminarveranstaltung ‚unistart‘, die in diesem Jahr erstmals sehr erfolgreich lief, oder der Auf- und Ausbau eines universitätsweiten Informationssystems. Und natürlich haben wir noch einige Pläne, aber es wäre zu früh, damit in die Öffentlichkeit zu gehen. Wir konzentrieren uns lieber auf einige Projekte und machen die richtig!

## Infokasten

Die CAMPUSERVICE GmbH ist eine Tochtergesellschaft der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt, Gründung 2002.

- Universität als Gesellschafterin.
- Schlanke Struktur für hohe Flexibilität und Effizienz.
- Gewinn-Orientierung.
- Privatwirtschaftliche Rechtsform.
- Zentrale Verantwortung für Raumvermietung und Marketing an der Universität.
- 7 Mitarbeiter

## Abgerechnet wird zum Schluss Handkassen und Zahlstellen jetzt glatt stellen

Bis zum 31.12.2004 müssen alle Zahlstellen und Handkassen für den kaufmännisch korrekten Abschluss des Wirtschaftsjahres 2004 abgerechnet sein.

- Bei Zahlstellen ist die Einzahlung aller Einnahmen aus dem Jahr 2004 bei der Frankfurter Sparkasse auf das entsprechende Konto mit den üblichen Angaben (Auftrags- oder Projektnummer) vorzu-

nehmen, so dass kein Bargeld aus dem Jahr 2004 im Jahr 2005 einbezahlt wird.

- Die Handkassen müssen nach Ausgabebelegen (Quittungen u.ä.) in der Finanzbuchhaltung abgerechnet werden. Die Ausgaben sind zu dokumentieren und per Barscheck wieder auf den Sockelbetrag aufzustocken.

Bitte rechnen Sie Zahlstellen und Handkassen in der Woche vom 13. bis 17. Dezember (= 51. KW) mit der Finanzbuchhaltung ab; Ansprechpartnerin ist Sieglinde Seidel, Gruppenleiterin Zahlungsverkehr, Telefon 23233.

Michael Dietrich, Telefon: 22192  
E-Mail: M.Dietrich@em.uni-frankfurt.de

## Laufend mehr Wissen Jetzt anmelden zum Chase Corporate Challenge-Lauf 2005

Am 2. Juni 2005 ist es wieder so weit: dann ist der Start zum JP Morgan Chase Corporate Challenge, dem 5,6 km langen ‚Unternehmens‘lauf durch Frankfurt. Knapp 51.000 LäuferInnen waren in diesem Jahr am Start.

Etwas mehr als 50 Läufer brachte eine gesamtuniversitäre Mannschaft im Jubiläumsjahr unter dem Motto ‚Laufend mehr Wissen‘ ins Ziel des JP Morgan Chase Corporate Challenge auf der Senckenberganlage direkt vor dem Juridicum. Allerdings waren noch weitere Mannschaften,

vor allem der lauffreudigen Wirtschaftswissenschaftler und aus dem Klinikum, am Start. Im kommenden Jahr soll es dann aber tatsächlich mit einer Mannschaft klappen!

Das obligatorische T-Shirt wird übrigens wieder von der Universität gesponsort; der Teilnahmebeitrag dagegen ist selbst zu tragen. Alle Teilnehmer am diesjährigen Lauf bzw. alle teilnehmenden Mannschaften werden demnächst angesprochen. Aber auch jede/jeder andere Leser/in darf sich angesprochen fühlen!

Läuferische Spitzenleistungen sind weder gefordert noch sind sie in der Regel möglich: Dafür ist das Feld einfach zu groß. Aber es geht ja auch nicht um Bestzeiten, sondern um das identitätsstiftende gemeinschaftliche Erlebnis. Und denken Sie daran: ein fitter Mitarbeiter ist ein wertvollerer Mitarbeiter!

Anmeldungen bitte an:  
Anke Fleckenstein,  
fleckenstein@pvw.uni-frankfurt.de

Ralf Breyer, Telefon: 23753  
E-Mail: breyer@pvw.uni-frankfurt.de



# Virtuelle Realität

## Umschläge und neues Briefpapier bald ‚online‘ erhältlich

Die Zeit der etwas papierlastigen Bestellung von Briefumschlägen und des neuen Briefpapiers ist vorbei! In Kürze können die weißen Briefbögen mit blauem Uni-Logo sowie alle gängigen Umschlag-Formate in den Farben grau, braun und weiß unmittelbar im Webshop der Firma Walter unter [www.walter-buero.de/JWGU](http://www.walter-buero.de/JWGU) bestellt werden.

‚Alte Hasen‘ beim Bestellen werden es rasch bemerken: Sie sehen die Umschläge und die Briefbögen nicht nur, wie die anderen Büroartikel auch mit Bild, Preis und detaillierter Beschreibung, sondern Sie werden Ihnen auch rasch in gewünschter Anzahl geliefert und mit Ihren sonstigen Bestellartikeln in Rechnung gestellt.

### Tinte und Toner von der Firma Walter – ein Muss?

Grundsätzlich sind Tinte und Toner nicht Inhalt des mit der Firma Walter vereinbarten Rahmenvertrags. Dennoch: Auf der

Basis der monatlich für den EDV- Einkaufs-Newsletter des HRZ – [www.rz.unifrankfurt.de/publikationen/edv-newsletter/index.html](http://www.rz.unifrankfurt.de/publikationen/edv-newsletter/index.html) – ermittelten Preise haben wir grundsätzliche Konditionen mit der Firma Walter ausgehandelt, die auf Grund erheblicher Preisschwankungen auf dem Tonermarkt in der Regel jedoch monatlich angepasst werden müssen.

Wir bitten daher darum, auch Ihre Tinte und Toner über die Firma Walter zu beziehen! Mit Ihrer Unterstützung könnten wir uns erstmals einen Überblick über die recht ‚bunte‘ Druckerlandschaft innerhalb der Universität verschaffen, um so die insgesamt benötigten Toner Mengen exakter kalkulieren zu können, um in Zukunft noch bessere Preise für Sie auszuhandeln.

Sie sparen sich auf diese Weise viel Zeit, die natürlich auch Geld kostet! Falls Sie dennoch Preisvergleiche anstellen und

günstigere Anbieter finden, teilen Sie dies bitte dem jeweiligen Ansprechpartner bei der Firma Walter unter Angabe eines schriftlichen Nachweises (Fax/E-Mail) mit. Nach dem ‚O.k.‘ durch die Firma Walter können Sie den gewünschten Artikel dort zum Einstandspreis bestellen. Hierzu tragen Sie bitte in das Feld ‚Nachricht/Bemerkung (max. 128 Zeichen)‘ – Sie finden sie auf der Seite, wenn Sie die Bestellung absenden – einen kurzen Hinweis, mit welchem Mitarbeiter der Firma Walter Sie den neuen Preis vereinbart haben, ein. Das könnte wie folgt lauten: „Toner XY für 20 € wie mit Herrn xy am 01.12.04 vereinbart“. Viel Spaß beim Bestellen wünscht Ihnen Ihre Abteilung Beschaffung und Anlagenwirtschaft.

Andreas Walter, Telefon: 25017  
E-Mail: [andreas.walter@em.uni-frankfurt.de](mailto:andreas.walter@em.uni-frankfurt.de)

# Haben Sie etwas zu verzollen?

## Erleichterung bei der Abwicklung von Formalitäten

Ob Laser und Prismen aus den USA, subtropische Versuchsschnecken, afrikanische Savannenpflanzen oder Chemikalien aus der Ukraine. Die Anzahl der ‚Uni-Importe‘ ist beachtlich. Ebenso die Summen an Zoll und Einfuhrumsatzsteuer, die hierfür entrichtet werden.

Deshalb ist die Abteilung Beschaffung und Anlagenwirtschaft in Zusammenarbeit mit der Abteilung Recht und Organisation

(RO) bemüht, alle Freigabebestände für die Zollbefreiung/Einfuhrumsatzsteuerbefreiung diverser Geräte und Güter zu sammeln und sie nach einer rechtlichen Würdigung durch Ayse Asar (RO) auf der Homepage der Abteilung BA: [www.uni-frankfurt.de/org/lgt/admin/ba](http://www.uni-frankfurt.de/org/lgt/admin/ba) für Sie bereit zu stellen.

Sofern Zollvordrucke von der Zollverwaltung online zur Verfügung gestellt werden,

sind entsprechende Links unserer Homepage zu entnehmen.

Bitte helfen Sie uns bei der Komplettierung unserer Sammlung und teilen Sie uns bitte bereits positiv beschiedene Befreiungsanträge Ihrerseits mit.

Andreas Walter, Telefon: 25017  
E-Mail: [andreas.walter@em.uni-frankfurt.de](mailto:andreas.walter@em.uni-frankfurt.de)  
Ayse Asar, Telefon: 28074  
E-Mail: [a.asar@em.uni-frankfurt.de](mailto:a.asar@em.uni-frankfurt.de)

# EOS-en Sie noch oder codieren Sie schon?

## Neuer Barcode ab Jahreswechsel zum Postversand erforderlich

Es wird nicht nur Zeit, an die Weihnachtseinkäufe zu denken, sondern auch an die Verwendung der neuen Barcode-Aufkleber. Wir erinnern an den Bericht ‚Kostenstellen müssen sich Kosten stellen‘ (UnlIntern 2/04) und weisen ausdrücklich darauf hin, dass die Poststelle ab dem Jahreswechsel keine Poststücke mehr ohne entsprechenden ‚neuen‘, achtstelligen Barcode versenden oder abrechnen kann.

**Sollten Sie die Vorlage zur Erstellung der Barcodeaufkleber und die neuen Briefkopfvorlagen noch nicht abgerufen haben, holen Sie dies bitte bei**

**Martin Enste, E-Mail: [enste@em.uni-frankfurt.de](mailto:enste@em.uni-frankfurt.de) oder bei Britta Gerdt, E-Mail: [b.gerdt@em.uni-frankfurt.de](mailto:b.gerdt@em.uni-frankfurt.de), so rasch wie möglich nach!**

Übrigens: Alte Umschläge sollen natürlich nicht weggeworfen, sondern aufgebraucht werden. Doch auch die alten Umschläge sind mit den neuen Barcodes zu versehen. Kleben Sie diese neben, bitte nicht über die alte EOS- Nummer, um den Scanner nicht zu ‚verwirren‘. Es ist übrigens nicht zwingend erforderlich, Briefen ‚eine zu kleben‘, denn der Barcode kann auch direkt auf den Umschlag aufgedruckt werden;

Auskünfte erteilt gerne die Abteilung Beschaffung und Anlagenwirtschaft. Erfahrungsgemäß reduziert dies den Arbeitsaufwand allerdings kaum. Vielmehr ist es durch Nutzung der Aufkleber möglich, mehrere GLEICHARTIGE Poststücke in einem großen Umschlag oder ähnlichem zu bündeln, und sie mit nur einem einzigen Barcode-Aufkleber auf den Weg zu bringen.

Frohes Kleben und immer eine feuchte Zunge wünscht Ihnen Ihre Abteilung Beschaffung und Anlagenwirtschaft.

Andreas Walter, Telefon: 25017  
E-Mail: [andreas.walter@em.uni-frankfurt.de](mailto:andreas.walter@em.uni-frankfurt.de)



# Jetzt aufmöbeln

## Neuer, exklusiver Möbel-Rahmenvertragspartner

Alle Jahre wieder...wird ein neuer Rahmenvertrag für die unterschiedlichsten Produkte und Dienstleistungen, die die Universität benötigt, abgeschlossen.

Diese Vorgabe leitet sich nicht nur unmittelbar aus der Landeshaushaltsordnung (LHO) und den Vergabebestimmungen ab, sondern sorgt auch für andauernden Wettbewerb unter den Anbietern und der ist ja bekanntlich gut ‚für's Geschäft‘ oder besser gesagt für die Hochschulen des Landes.

Ende September ist die Firma König und Neurath (K+N) aus Karben angetreten, Sie zu ‚vermöbeln‘. Der Hersteller hochwertiger, aber nicht hochpreisiger Büromöbel, hat den bisherigen Rahmenvertragspartner der Universität, Klugkist, abgelöst.

Die gewohnten Serviceleistungen wie individuelle Beratung, Aufmaß- und Angebotserstellung werden natürlich auch weiterhin und komfortabler geboten.

Nachbestellungen für vorhandenes Mobiliar wie Regalbretter können auch weiterhin bei dem/den bisherigen Lieferanten getätigt werden. Für Neuanschaffungen (außer Stühlen) ist allerdings grundsätzlich der neue, und im Bereich des Standardortiments auch günstigere Rahmenvertragspartner für die Lieferung von Büromobiliar zuständig. Nähere Informationen zu diesem und weiteren Rahmenverträgen der Universität sind unter [www.uni-frankfurt.de/org/lgt/admin/ba](http://www.uni-frankfurt.de/org/lgt/admin/ba) abzurufen oder rufen Sie uns an.

Wir bedanken uns bei allen, die uns im nun fast vergangenen Jahr durch ihre tatkräftige Mitwirkung sowie ihre konstruktive Kritik im Bereich der Beschaffung aber auch im Bereich der Anlagenwirtschaft unterstützt haben, und freuen uns auf alle diejenigen, die wir im neuen Jahr noch hierfür gewinnen können.

Eine ruhige und besinnliche Weihnachtszeit – Kerzen finden Sie übrigens auch im Webshop unseres Rahmenvertragspartners! – und einen guten Start in ein erfolgreiches neues Jahr wünscht Ihnen Ihre Abteilung Beschaffung und Anlagenwirtschaft.

**Andreas Walter, Telefon: 25017**  
E-Mail: [andreas.walter@em.uni-frankfurt.de](mailto:andreas.walter@em.uni-frankfurt.de)

# Nepper, Schlepper, Taschendiebe

## Vorsicht vor Diebstählen am Arbeitsplatz

Im laufenden Jahr sind der Universität aufgrund von Diebstählen erhebliche Schäden entstanden. Grundsätzlich ist das Risiko, dass aus Räumen der Universität Landeseigentum wie Maschinen, Geräte und sonstige Ausstattungsgegenstände entwendet werden, groß. Das gilt aber auch für das Privateigentum der Beschäftigten, wobei besonders Bargeld oder Scheckkarten gefragt sind.

Alle Mitglieder der Universität sind daher eindringlich gebeten, die nachfolgenden Hinweise und Vorsichtsmaßnahmen zu beachten, um damit einen Beitrag zu einer verbesserten Sicherheit der Universität zu leisten und das Diebstahlrisiko zu minimieren:

- Schlüssel
  - Schlüssel zu Diensträumen sind stets sicher aufzubewahren.
  - Schlüssel dürfen nur an befugte Personen ausgehändigt werden. Alle ausgegebenen Schlüssel sind der Hausverwaltung zu melden und in ein internes Schlüssellverzeichnis einzutragen.
  - Das Schlüssellverzeichnis ist aktuell zu halten und der Schlüsselbestand periodisch zu überprüfen. Verluste von Schlüsseln sind unverzüglich der Hausverwaltung zu melden. Bei einem Schlüsselverlust zu Räumen mit wert-

vollem Inventar und Gerätschaften sollte durch den Leiter der jeweiligen Organisationseinheit bzw. des jeweiligen Instituts ein Austausch der Schlösser in Erwägung gezogen werden; der Austausch ist durch die Hausverwaltung zu veranlassen.

- Diensträume – dazu gehören auch Labor- und Technikräume – sind auch bei kurzfristiger Abwesenheit zu verschließen.
- Halten sich unbekannte Personen in Fluren oder Räumen auf, sollten diese von Beschäftigten befragt werden, welchen Anlass sie für ihren Aufenthalt haben bzw. wen sie aufsuchen wollen.
- Taschen, Rucksäcke, Geldbörsen und ähnliches sollten stets in einen Schrank oder Schreibtisch eingeschlossen werden, sofern sie nicht bei sich getragen werden.
- Es sollten sich nur solche Privatgegenstände in den Diensträumen befinden, die für die Arbeit unentbehrlich sind. Bei Verlust haftet die Universität nicht.
- Dienstliche Geldbeträge, Wertgegenstände und Schlüssel sollten nicht in Schreibtischen oder Schränken aufbewahrt werden, da es bei Diebstahl

andernfalls zu einer Regressnahme wegen nicht ordnungsgemäßer Aufbewahrung (Panzerschrank, verschließbare Kassette) oder nicht unverzüglicher Einzahlung auf ein Universitätskonto kommen kann.

- Verluste, Schäden und Diebstähle sind der Liegenschaftsabteilung, Jennifer Kratzer, Tel. 23756, anzuzeigen. Mitzuteilen sind dabei der entstandene Schaden, die Tatzeit, der Tatort, der Täter – soweit bekannt! – sowie der Tathergang.
- Bei einem Diebstahl sollte sofort die Polizei verständigt werden. Der Tatort ist bis zum Eintreffen unverändert und unberührt zu belassen.
- Alle Institutsleiter werden nachdrücklich auf ihre Mitverantwortung für den Schutz von Gebäuden und Einrichtungen hingewiesen.

Alle Universitätsmitglieder in Leitungsfunktionen werden gebeten, auf ihre Umgebung einzuwirken, damit Anordnungen zur Gebäudeschließung von allen Mitarbeitern beachtet werden. Danke für Ihr Verständnis und Ihre Unterstützung!

**Ayse Asar, Telefon: 28074**  
E-Mail: [A.Asar@em.uni-frankfurt.de](mailto:A.Asar@em.uni-frankfurt.de)



# Letzte Gelegenheit!

## Buchungen, Umbuchungen und Rückstellungen bis zum 7. Januar 2005 vornehmen

Um einen termingerechten Jahresabschluss sicherzustellen, der bis Ende Januar 2005 in vorläufiger Form vorliegen muss, wird um Unterstützung in folgenden Punkten gebeten.

### **Buchung von Geschäftsvorfällen in das Geschäftsjahr 2004**

Der Zeitraum für ‚Altbuchungen‘ in das Geschäftsjahr 2004 ist bis 7. Januar befristet. ‚Altbuchungen‘ sind Geschäftsvorfälle, die das Jahr 2004 betreffen, aber erst 2005 gebucht werden können. Dazu zählen:

- Lieferung einer Ware/Dienstleistung im Jahr 2004 mit Rechnungseingang im Jahr 2005,
- Erbringung einer Leistung im Jahr 2004, jedoch Rechnungserstellung erst im Jahr 2005,
- Ein/e Zahlungsanspruch/Zahlungsverpflichtung im Jahr 2004, der/die jedoch erst im Jahr 2005 geltend gemacht wird.

Die Finanzbuchhaltung bittet dringend darum, Rechnungen und andere Buchungsbelege vor dem 7. Januar einzureichen. Die Einreichung von Rechnungen des Geschäftsjahres 2004 ist übrigens unabhängig vom Budget zu sehen.

Eingangsrechnungen, die nach dem ge-

nannten Stichtag 7. Januar eingehen und das Geschäftsjahr 2004 betreffen, sind bitte direkt mit dem Leiter der Finanzbuchhaltung zu besprechen.

Alle Rechnungen und Buchungsbelege, die in das Geschäftsjahr 2004 gebucht werden müssen, sind in der linken oberen Ecke mit dem ‚alten‘ Geschäftsjahr 2004 mit rotem Filzstift zu kennzeichnen.

### **Rückstellungen oder Verbindlichkeiten**

Dies sind tatsächliche Zahlungsverpflichtungen, die das Jahr 2004 betreffen, aber erst im Jahr 2005 erfüllt werden (=Verbindlichkeiten); oder in der Höhe noch nicht sichere Zahlungsverpflichtungen, für die eine Rückstellung zu bilden ist, um der noch eintretenden Verpflichtung nachkommen zu können.

Bitte tragen Sie derartige Geschäftsvorfälle, bei denen eine Rückstellung oder Verbindlichkeit wie Reisekosten, Beihilfen, Prozesse oder noch nicht berechnete und gegebenenfalls auch von der Höhe des Betrages her ungewisse Lieferungen und Leistungen einzubuchen bzw. eine Aktivierung eines Anspruchs gegenüber Dritten vorzunehmen

wäre, kurz schriftlich, im Zweifelsfall auch telefonisch an die Finanzbuchhaltung heran. Stichtag ist hier ebenfalls der 7. Januar 2005.

### **Umbuchungen**

Mit Umstellung auf die kaufmännische Buchführung ist es erforderlich, Kosten und Erlöse zu periodisieren, also zeitgerecht einem Geschäftsjahr, einem Monat oder einem Quartal innerhalb eines Geschäftsjahres zuzuordnen. Daher die dringende Bitte, Umbuchungen zeitnah zu erfassen und zügig im Kontoauszug zu dokumentieren. Auch hier ist der 7. Januar Stichtag. Grundsätzlich ist bei der Einreichung von Umbuchungsaufträgen zu beachten, dass eine Umbuchungsanordnung unmittelbar dann ausgestellt und dem Leiter der Finanzbuchhaltung zugeschickt wird, wenn der Grund für die Umbuchung eingetreten ist; beachten Sie dazu bitte auch das Rundschreiben vom 22.08.2003.

Für Rückfragen stehen Ihnen Leitung und Mitarbeiter/innen Ihrer Finanzbuchhaltung zur Verfügung. Bitte tragen Sie mit pünktlicher Lieferung der Daten dazu bei, eine zügige Jahresabschlussprüfung zu ermöglichen.

Michael Dietrich Telefon: 22192  
E-Mail: M.Dietrich@em.uni-frankfurt.de

## Kontakt halten

### E-Mail-Informationen aus dem Frauenbüro

Vielleicht irritiert Sie bei Ihren E-Mail-Eingängen manchmal der Absender ‚Mailing list agent [mldom@mlist.uni-frankfurt.de]‘. Wenn danach die Mail-Adresse einer Mitarbeiterin des Frauenbüros folgt, kommt die Post von dort und Sie stehen auf einer Mailing-Liste der Universitätsfrauenbeauftragten.

#### **Was ist eine Mailing-Liste?**

Sie besteht aus einer Zusammenstellung von E-Mail-Adressen und hat einen bestimmten Namen, z.B. ‚WiMi@uni-frankfurt.de‘. Wenn dieser Name im Adressfeld einer Mail angegeben wird, erhalten alle Adressatinnen der Liste gleichzeitig eine Mail. Die Liste wird durch das HRZ eingerichtet. Nutzung und Einsatz von Mailing-Listen sind begrenzt. So ist z.B. festgelegt, wer die Listen pflegt und wer mittels der Listen Mails versenden kann. Die Adressatinnen einer Liste können nicht erkennen, wer außer ihnen noch auf dieser Liste steht.

#### **Warum Informationen per E-Mail?**

Die Mitarbeiterinnen der Universität sind auf vier Standorte und eine Vielzahl von Instituten verteilt. Alle Frauen rechtzeitig

über relevante Themen und Termine mit Plakaten, Flugblättern oder Briefen zu informieren, ist nahezu unmöglich oder sehr aufwändig. Die Information per Mail/Mailing-Liste hatte sich schon in der Kommunikation zwischen Fachbereichsfrauenvertretungen und Universitäts-Frauenbeauftragten bewährt.

#### **Welche Informationen per E-Mail?**

Informiert wird in erster Linie über Themen und Termine eigener Veranstaltungen wie Frauenstudententag, FrauenVollversammlung, Vorträge und spezielle Weiterbildungsveranstaltungen für Frauen. Damit ausgewählte Nachrichten den Interessen der jeweiligen Statusgruppe entsprechend weitergegeben werden können, gibt es gesonderte Mailing-Listen für Administrativ-technische Mitarbeiterinnen, Professorinnen und Wissenschaftliche Mitarbeiterinnen.

Für Frauen, die darüber hinaus an aktuellen Entwicklungen, Veranstaltungen, Ausschreibungen und allgemeinen Informationen aus dem Bereich Frauenförderung interessiert sind, gibt es eine zusätzliche Mailing-Liste unter dem Namen ‚femmes‘.

#### **Wer bekommt Informations-Mails der Frauenbeauftragten?**

Grundsätzlich alle Frauen, die Interesse haben! Für die Ergänzung und laufende Aktualisierung der Mailinglisten ist das Büro der Frauenbeauftragten auf die Mitwirkung der Nutzerinnen angewiesen!

Wenn

- Sie bisher keine Informations-Mails aus dem Büro der Frauenbeauftragten bekommen haben,
- Ihre Kolleginnen nicht auf der Mailing-Liste stehen, aber an E-Mail-Informationen interessiert sind,
- Sie gerne über die Liste ‚femmes‘ mit vielfältigen Informationen versorgt werden möchten,
- Sie in Zukunft keine Informations-Mails aus dem Büro der Frauenbeauftragten mehr bekommen wollen,
- Ihre E-Mail-Adresse sich geändert hat, Sie wichtige Informationen an andere Frauen weiterleiten lassen wollen, melden Sie sich bitte im Büro der Frauenbeauftragten bei

Marie-Louise Moureau , Telefon: 25137  
E-Mail: moureau@em.uni-frankfurt.de



# Inneruniversitäre Kommunikation multimedial stärken

## Pilotinstallation eines Informationssystems im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften

Seit wenigen Wochen fällt der Blick beim Betreten des Alten Hauptgebäudes auf dem Campus Bockenheim auf einen überdimensionalen Bildschirm, der in wechselnder Folge Informationen und Unterhaltung liefert.

Es ist dies der ‚Testbildschirm‘ eines multimedialen, inneruniversitären Informationssystems unter Verwendung neuester Technologien. Mitteilungen für Studierende und Beschäftigte der Universität können und sollen künftig ebenso angeboten werden wie Mitteilungen der Universitätsleitung, Begrüßung von Gästen, (Service)Hinweise aus der Verwaltung oder Ankündigungen interessanter Veranstaltungen und Hinweise zu universitären wie außeruniversitären Angeboten, Nachrichten und Ankündigungen aus Stadt, Region, Wirtschaft, Kultur oder Sport.

Das System soll so rasch wie möglich universitätsweit eingeführt werden und befindet sich im Moment in der Erprobungsphase; freundlicherweise hat sich der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften für die ‚Pilotphase‘ zur Verfügung gestellt.

Das System soll künftig an zentralen, frequentierten Standorten auf dem Campus Riedberg, dem Campus Westend und dem Campus Bockenheim installiert werden.

„Die Inhalte und Einblendungen“, so campuservice-Geschäftsführer Jochen May, der das Projekt wesentlich vorangebracht hat, „können an den verschiedenen Standorten individuell angepasst, variiert und gewichtet werden. So können beispielsweise auf dem Campus Riedberg mehr und spezifischere Informationen zu den dort ansässigen Fachbereichen eingestellt werden als auf dem Campus Westend – und umgekehrt.“ Universitätsweit interessierende Beiträge und Informationen würden dagegen flächendeckend verbreitet. May wies auf die ergebnisorientierte Zusammenarbeit unterschiedlicher Universitätsbereiche hin und nannte das Hochschulrechenzentrum, das hessische Baumanagement und die Abteilungen Liegenschaften und Technik hin: „Gemeinsames Ziel war es, die Kommunikation zu verbessern und die Servicequalität zu steigern.“ Dies habe, trotz einiger bürokratischer Hürden, die erfolgreiche Pilotinstallation möglich gemacht.

Die technische Betreuung und Einstellung des Contents (= Inhalts) liegt bei der universitätseigenen Servicegesellschaft ‚campuservice‘; Inhalte und Wünsche zur Darstellung auf dem System können per Mail an [infosystem@uni-frankfurt.campuservice.de](mailto:infosystem@uni-frankfurt.campuservice.de) übermittelt werden; dort sind auch Layoutmuster abrufbar, um Textmengen zuverlässig kalkulieren zu können. Es können beliebig Texte, Fotos, Grafiken, Animationen, Videos oder sonstige Medien geliefert und eingestellt werden. Die Übertragung der Texte in das Layout und die Einspeisung in das System erfolgt in routinemäßiger Abstimmung mit der Abteilung Marketing und Kommunikation, um die Qualität der Inhalte zu gewährleisten.

Jetzt gilt es erst einmal, geeignete Informationen – und Erfahrungen zu sammeln. Doch eines ist schon jetzt klar: Qualität der Infos und Nutzwert werden durch die Zulieferungen bestimmt wesentlich steigen.

Kontakt: E-Mail: [infosystem@uni-frankfurt.campuservice.de](mailto:infosystem@uni-frankfurt.campuservice.de)

## Möglichkeiten nutzen

### eLearning gewinnt an Bedeutung

Bedeutet eLearning, dass die Studierenden zu Hause bleiben und eine Vorlesung übers Internet verfolgen? Bietet die Universität Frankfurt schon so etwas an? Die Antwort auf beide Fragen lautet ja und nein. eLearning kann, muss aber nicht so aussehen.

Hochschullehrende können in einer Veranstaltung Materialien, Visualisierungen, Animationen oder Simulationen aus dem Internet präsentieren und durch diese Darstellungsformen Lern- und Behaltenseffekte unterstützen. In den Naturwissenschaften, der Medizin, aber auch der Kunstgeschichte ist das hilfreich, wo Bilder und die visuelle Darstellung komplexer Konzepte oder Prozesse wichtig sind. eLearning umfasst aber auch die veranstaltungsbegleitende Bereitstellung von Skripten, Folien und zusätzlichem Datenmaterial oder kleineren online Übungen. Solche Angebote eröffnen Studierenden zusätzliche Lern- und Übungsmöglichkeiten, mit deren Hilfe sie anhand von Visualisierungen und Animationen komplexe fachliche Inhalte besser verstehen und im Selbststudium mit multimedialen Lernmodulen ihr Wissen erweitern können.

Das ist Ziel des fachbereichsweiten Portals Goethe-Geo, das multimediale, webbasierte Lehr-/Lernmodule bereitstellt, die im Grundstudium der Physischen Geographie eingesetzt werden ([www.goethe-geo.de](http://www.goethe-geo.de), Ansprechpartner Prof. Albrecht). Ein solches Angebot macht auch der Fachbereich Medizin mit dem Projekt ‚FAUST – ein Internetportal für Studierende der Medizin in Frankfurt‘, das die Ausbildungs- und Studienangebote des Fachbereichs bündelt. Da im Medizinstudium nicht zu jedem in der Vorlesung oder im Seminar behandelten Krankheitsbild der passende Fall in der Klinik vorhanden ist oder es den Patienten einfach nicht zuzumuten ist, ihre Krankheiten vor einer größeren Zahl Studierender zur Schau zu stellen, wird in vielen Medizinprojekten das fallbasierte Lernen durch den Einsatz neuer Medien umgesetzt: Studierende können sich anhand multimedialer präsentierter Fälle im Internet Krankheitsbilder anschauen und netzbasiert ihre Diagnosen einsenden, die dann in der nächsten Vorlesungsstunde besprochen und analysiert werden.

Einige Hochschullehrende entwickeln eLearning Module gemeinsam mit ihren Studierenden: So Prof. Trocholepczy im Fachbereich Katholische Theologie ([www.relpaed-ffm.de](http://www.relpaed-ffm.de)) und Prof. Döll im Fachbereich Geowissenschaften/Geographie. Diese Medienproduktionen können dann wiederum in der Lehre eingesetzt werden.

eLearning umfasst auch die Nutzung von Kommunikations- und Kooperationsmedien in und zwischen Präsenzsitzungen, um etwa eine Gruppenarbeit zu koordinieren oder mit Studierenden und ExpertInnen aus anderen Hochschulen und gar Ländern zu kommunizieren. Wichtig für die Akzeptanz eines online Diskussionsforums gerade für Studierende, das neben den wöchentlich stattfindenden Präsenzsitzungen eingerichtet wird, ist die Vermittlung des Nutzens. Eine begleitende online Diskussion funktioniert erst dann, wenn dort wirklicher Mehrwert geboten wird; etwa durch Diskussion von Fragen, für die in der Vorlesung keine Zeit ist oder indem externe Kommunikationspartner eingebunden sind, die spezielles Expertenwissen einbringen.



Das sogenannte ‚Blended Learning‘ wird vor allem berufsbegleitend eingesetzt. Das Institut für Didaktik der Chemie bietet beispielsweise Fortbildungen für Chemielehrerinnen und Chemielehrer an, die eine Kombination aus eLearning und zentralen Experimentiertagen vorsehen. Die Teilnehmenden erhalten blockweise theoretische Kursunterlagen per Internet und nehmen anschließend an einem zentral gelegenen Ort an einem Experimentiertag teil.

Eine Übersicht über die inzwischen zahlreichen Projekte an der Universität bietet

[http://web.uni-frankfurt.de/dz/neue\\_medien/](http://web.uni-frankfurt.de/dz/neue_medien/) unter der Rubrik ‚Projektübersicht‘.

Nicht alle Hochschullehrende können aus eigener Initiative eLearning Projekte starten und umsetzen; daher unterstützt die Universität Frankfurt die Fachbereiche durch ein Kompetenzzentrum für Neue Medien in der Lehre, das Schulungen und Beratungen anbietet und zentrale Maßnahmen wie Antragstellungen und die Bereitstellung eines digitalen Videoschnittplatzes koordiniert. Das Hochschulrechenzentrum betreibt überdies eine Lernplattform, in

der Hochschullehrende relativ leicht eigene eLearning Kurse einrichten können. Inzwischen werden schon knapp 40 Kurse in der Lernplattform umgesetzt, die von ca. 2.000 Studierenden genutzt werden.

**Claudia Bremer**  
**Kontakt und weitere Informationen:**  
**Kompetenzzentrum für**  
**Neue Medien in der Lehre**  
[http://web.uni-frankfurt.de/dz/neue\\_medien](http://web.uni-frankfurt.de/dz/neue_medien)

## Eindruck machen

### Präsentationsmaterialien, Konferenzausstattung und Broschüren

Die Abteilung Marketing und Kommunikation bietet eine Reihe von Präsentations- und Konferenzmaterialien im neuen Erscheinungsbild, die sich hervorragend für unterschiedlichste Gelegenheiten – Einladungen, Gastgeschenke, Tagungen – einsetzen lassen. Abforderung und Einsatz der Materialien verbindet den Vorzug, sich Arbeit zu sparen und zugleich sicher zu sein, im Sinne des Corporate Design der Universität ‚korrekt‘ aufzutreten.

Durch sorgfältige Kalkulation und bedarfsgerechte Auflage können diese Materialien praktisch zum Selbstkostenpreis abgegeben werden; eine ausführliche Darstellung mit Abbildungen finden Sie auf der Homepage unter [www.uni-frankfurt.de](http://www.uni-frankfurt.de). In der nebenstehenden Auflistung wollen wir Ihnen unseren Warenkorb kurz vorstellen.

**Preisliste**                      **StückPreis/Euro**  
 gültig ab 1.12.2004

<b>Pressemappe</b> zum Einlegen von Informationsmaterialien	<b>0,50</b>
<b>Urkundenmappe</b> zum Einlegen von Urkunden für Diplome, Dissertationen, Preise und sonstige Ehrungen	<b>0,25</b>

<b>Urkunden-Vorlagen</b> auf Anfrage	
<b>Kurzmitteilung (Grußkarte)</b> Campus Bockenheim, Campus Westend, Campus Riedberg, Campus Niederrad	<b>0,02</b>
<b>(Einladungs)Karte</b> Klappkarte, nach links klappend (Nutzung mit Einleger), 21x10,5 cm	<b>0,12</b>
Klappkarte, nach oben klappend (zum Selbsteindrucken), 21x21 cm plano	<b>0,12</b>
<b>Konferenzausstattung</b> Kugelschreiber	<b>0,50</b>
Block DIN A 4 / Block DIN A 5	<b>0,50</b>
<b>Universitätsbroschüre</b> Imagebroschüre deutsch; wertiges Gastgeschenk	<b>5,00</b>
<b>Broschüre</b> ‚Die neue Universität Frankfurt‘ Broschüre zur Standortneuordnung der Universität, DIN A 4	<b>1,50</b>
<b>Informationsflyer englisch</b> Kompakte Übersicht über Geschichte, Forschung und Lehre, DIN Lang-Format, 10,5x21 cm	<b>0,25</b>
<b>Goethe-Pins</b> zum Anstecken, auf Anfrage	

<b>Lageplan</b> Darstellung der Universitätsstandorte und Zufahrtswege	<b>kostenfrei</b>
<b>Rechenschaftsbericht des Präsidiums</b>	<b>kostenfrei</b>
<b>Broschüre</b> ‚Dieser Ort ist Geschichte‘ Themen und Texte, Zur Einweihung des Campus Westend	<b>kostenfrei</b>
<b>Hochschulentwicklungsplan 2001</b>	<b>kostenfrei</b>
<b>Visitenkarten</b> Dezentrale Erstellung Auskünfte/Kontakt: Ingrid Steier Tel. 798-22472, E-Mail: <a href="mailto:i.steier@vdv.uni-frankfurt.de">i.steier@vdv.uni-frankfurt.de</a>	
<b>Messestand</b> Zum Ausleihen, frühzeitige Reservierung ratsam.	<b>kostenfrei</b>
Der Messestand ist abzuholen im 10. OG des Juridicums und dort auch wieder abzugeben.	
Sofern nicht anders angegeben, erhalten Sie die Materialien bei Rosemarie Heller, Senckenberganlage 31, Raum 1057, Tel. 798-22234, E-Mail: <a href="mailto:r.heller@vdv.uni-frankfurt.de">r.heller@vdv.uni-frankfurt.de</a>	
Rosemarie Heller, Telefon: 22234 E-Mail: <a href="mailto:r.heller@vdv.uni-frankfurt.de">r.heller@vdv.uni-frankfurt.de</a>	

## Schöner wohnen – besser arbeiten

### Das Gebrauchtmobiliarlager der Universität

Im Gebrauchtmobiliarlager der Universität wird überzähliges, verwendbares Mobiliar wie Regale aus Holz/Metall, Schreibtische, Stühle, Metallschränke, Tische oder auch Kreidetafeln in unterschiedlichen Größen und Farben zur Weiterverwendung innerhalb der Universität aufbe-

wahrt. Der Bestand des Lagers verändert sich ständig.

Das Angebot im Möbellager steht allen Bereichen der Universität kostenlos zur Verfügung. Da es keine speziellen Öffnungszeiten des Möbellagers gibt, sind

Besichtigungstermine individuell zu vereinbaren. Ansprechpartnerin zur Abgabe überzähligen Mobiliars oder für einen Besichtigungstermin ist

**Jennifer Kratzer, Abteilung Liegenschaften**  
 Telefon: 23756  
 E-Mail: [J.Kratzer@em.uni-frankfurt.de](mailto:J.Kratzer@em.uni-frankfurt.de)



## Neue Formulare zum Download

Seit Anfang November 2004 stehen auf der INES Homepage neue Formulare zum Download zur Verfügung. Bis auf das sehr umfangreiche Formular ‚Anzeige von aus Mitteln Dritter geförderter Forschungsvorhaben‘, wurden alle Formulare im pdf-Format abgelegt.

Die Formulare können direkt im Internet ausgefüllt und dann ausgedruckt oder auf der Festplatte des Arbeitsplatzrechners

abgespeichert werden. Das hat den Vorteil, dass wiederkehrende Angaben wie etwa die Kostenstelle nicht jedes Mal erneut eingegeben werden müssen.

Das Formular ‚Antrag auf Zugang zum Kontoauszug‘ kann als E-Mail an den Kostenstellen- bzw. Projektverantwortlichen gesandt werden, der es an das Haushaltsmanagement (E-Mail: [germann-nicolai@em.uni-frankfurt.de](mailto:germann-nicolai@em.uni-frankfurt.de))

weiterleitet. Die neuen Formulare stehen unter: [www.uni-frankfurt.de/org/tg/admin/ines/downloadform.html](http://www.uni-frankfurt.de/org/tg/admin/ines/downloadform.html)

Für Fragen oder Anregungen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

**Sabine Hingott, Telefon: 23241**  
E-Mail: [s.hingott@em.uni-frankfurt.de](mailto:s.hingott@em.uni-frankfurt.de)

## Tassen, T-Shirts, Taschen Nützliches und Schönes im Uni-Design

**Ob Sweatshirts, Jacken, Regenschirme, Schreibutensilien, Tassen oder andere kleine Geschenke:**

der Uni-Shop im Erdgeschoss des Sozialzentrums („Neue Mensa“) auf dem Campus Bockenheim bietet zahlreiche nützliche und schöne Produkte im Unidesign an. Auch Gastgeschenke und ‚Mitbringsel‘ für einen Besuch bei einem auswärtigen Partner findet man hier. Selbstverständlich können alle Produkte unter [www.unishop-frankfurt.de](http://www.unishop-frankfurt.de) auch im Internet bestellt werden.

Übrigens: Mitarbeiter der Universität erhalten im Shop einen 10 Prozent Rabatt auf alle Produkte. Der Shop ist montags bis freitags von 11 bis 15 Uhr geöffnet.

**Bis 22.12. Weihnachtsrabatt: 15 Prozent auf alles!**

Kontakt: Uni-Shop, ‚Neue Mensa‘,  
Campus Bockenheim,  
Bockenheimer Landstrasse 133,  
Telefon: 069 / 97781680  
[www.unishop-frankfurt.de](http://www.unishop-frankfurt.de)



Anfragen und Kontakt

[r.heller@vdv.uni-frankfurt.de](mailto:r.heller@vdv.uni-frankfurt.de)

Adressfeld

## IMPRESSUM

### Redaktion:

Marketing und Kommunikation  
der Universität;

Rosemarie Heller, 22234;

E-Mail: [r.heller@vdv.uni-frankfurt.de](mailto:r.heller@vdv.uni-frankfurt.de) /

Dr. Ralf Breyer, 23753;

E-Mail: [breyer@pvw.uni-frankfurt.de](mailto:breyer@pvw.uni-frankfurt.de)

### Gestaltung:

Wuttke Design Service, Darmstadt

Druck: Druckzentrum der Universität

**Die nächste Ausgabe erscheint  
im März 2005**

**Redaktionsschluss: 21.02.2005**