

# Lebensmittel- Produktentwicklung

**MA**

WIRTSCHAFT



**AUSTRIAN MARKETING  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES**

Network-Partner FH Wiener Neustadt

[amu.at](http://amu.at)



„Den Traum, ein eigenes Produkt zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, kann ich schon ab dem ersten Semester verwirklichen.“

Schörg Verena



Go to [www.amu.at/food](http://www.amu.at/food)  
Video mit Schörg Verena.



# Produkte entwickeln & Ressourcen optimal nutzen.

## STUDIENGANG

Lebensmittelproduktentwicklung & Ressourcenmanagement

## ZUGANGSVORAUSSETZUNGEN

Facheinschlägiger Bachelorabschluss im Umfang von mind. 180 ECTS oder gleichwertiger postsekundärer Bildungsabschluss.

Facheinschlägige Voraussetzungen sind: Mindestens 30 ECTS in wirtschaftswissenschaftlichen oder naturwissenschaftlichen / technischen Fächern. Fehlende Voraussetzungen können am Campus Wieselburg in der Summer School nachgeholt werden.

## ORGANISATIONSFORM

Berufsbegleitend (Fr und Sa + 1 Intensivwoche)

## AUFNAHMEVERFAHREN

- Bewerben Sie sich unter [onlinebewerbung.amu.at](https://www.amu.at/onlinebewerbung).
- Alle Informationen zum Aufnahmeverfahren und das Anmeldeformular sind online unter [www.amu.at/anmeldung](https://www.amu.at/anmeldung) abrufbar. Die Aufnahmeprüfungen finden von November bis Juli statt.

## SCHWERPUNKTE

- Produktentwicklung
- Ressourcenmanagement
- Lebensmitteltechnologie
- Ernährung
- Sensorik



### AKADEMISCHER GRAD

Master of Arts in Business, MA



### ECTS

120



### DAUER

4 Semester



### SPRACHE

Deutsch & teilweise Englisch



### STUDIENBEGINN

Mitte September



### STUDIENORT

Campus Wieselburg



## HIGHLIGHTS

- Studieren mit starkem Praxisbezug
- Interdisziplinarität
- Arbeiten in realen Unternehmensprojekten
- Kreative Kompetenz
- Ideenmanagement-Zertifikat (optional)
- Außerordentlich gute Jobaussichten



## DETAILINFOS

Auf unserer Studiengangsseite [amu.at/food](http://amu.at/food) haben wir mehr Infos zum Studium. Zum Beispiel: Projekte der Studierenden, Lehrende im Studienprogramm, das Curriculum, Statements von Projektpartnern und Absolventen sowie Berichte über das Auslandssemester und Studienreisen.



## FOLLOW US!

Auf unseren Social-Media-Kanälen posten wir alles Aktuelle von unserem Campus. Follow us on: [Facebook.com/amu.at](https://www.facebook.com/amu.at) und [YouTube.com](https://www.youtube.com/amu.at).

# Produkte entwickeln. Ressourcen schonen.

Die Studierenden erhalten in diesem interdisziplinären vier-semestrigen Studium eine fundierte Wirtschaftsausbildung mit naturwissenschaftlich-technologischem Schwerpunkt im Lebensmittelbereich.

Im Fokus steht die Entwicklung neuer Lebensmittelprodukte vor dem Hintergrund des schonenden und sparsamen Umgangs mit Ressourcen, der Verwertung von Nebenprodukten aus der Lebensmittelproduktion sowie des Einflusses der Ernährung auf die menschliche Gesundheit.

Die Interdisziplinarität ergibt sich aus der Notwendigkeit, nicht nur die technologischen Aspekte der Produktentwicklung im Auge zu haben, sondern auch das gesamte ökonomische und ökologische Umfeld miteinzubeziehen.

Mit zentralen Schnittstellenkompetenzen wie der Konsumentenforschung, dem Innovationsmanagement, Kreativitätstechniken, spezifischen rechtlichen Rahmenbedingungen sowie den Team- und Führungskompetenzen, liefert der Studiengang eine ideale Ausgangsbasis für eine zeitgemäße und moderne Produktentwicklung in der Lebensmittelbranche.

Speziell die Fokussierung auf eine nachhaltige Nutzung bestehender Ressourcen, die Vermeidung oder Verwertung von Abfall- und Nebenprodukten sowie die Berücksichtigung gesundheitsrelevanter Aspekte in Bezug auf die Entwicklung neuer Lebensmittelprodukte, entspricht voll und ganz dem momentanen und zukünftigen allgemeinen Interesse.



**Dr. Gernot Zweytick**  
Studiengangsleitung

+43 (0) 7416 | 53 000 - 500  
[gernot.zweytick@amu.at](mailto:gernot.zweytick@amu.at)

Dr. Gernot Zweytick, Studiengangsleitung

# „Produktentwicklung an der Schnittstelle von Wirtschaft, Technologie & Naturwissenschaft.“

## TECHNOLOGISCHES KNOW-HOW

Eine fundierte technologische Grundausbildung ist für die erfolgreiche Entwicklung und Optimierung sowie zum besseren Verständnis diverser Herstellungsverfahren unumgänglich. Viele praxisnahe Übungen und Exkursionen vertiefen das in Vorlesungen erlangte technische Fachwissen. Versuche werden sowohl hausintern im Labormaßstab als auch bei Kooperationspartnern im Pilotmaßstab durchgeführt.

## VERMARKTUNGSKOMPETENZ

Marktanalyse, Ideenfindung, Projektmanagement, Kenntnis von Roh- und Zusatzstoffen, Aspekte von Ernährung und Gesundheit, Verständnis technologischer Prozesse und Verfahren, Wissen über rechtliche und wirtschaftliche Voraussetzungen, praktische Entwicklung und Charakterisierung des neuen Produktes im Labormaßstab, Lebensmittel-Design, Sensorik sowie die Umsetzung von Marketingstrategien sind die Bausteine erfolgreicher Lebensmittel-Produktentwicklung.

Erst das komplexe Zusammenspiel all dieser Fertigkeiten ermöglicht eine zielgerichtete, kompetente Vorgangsweise in diesem interessanten, vielseitigen Tätigkeitsfeld und macht ProduktentwicklerInnen zu einer wichtigen Schnittstelle zwischen Marketing und Produktion.

## WISSEN UM ROHSTOFFE, ENERGIE & UMWELT

Ein gezielter, umweltschonender Einsatz von Rohstoffen und Energie gewährleistet sowohl wirtschaftlichen Erfolg für das Unternehmen, als auch Nachhaltigkeit und Umweltschutz für alle.

Fundiertes Wissen über Eigenschaften und Herkunft der verschiedenen Lebensmittelrohstoffe, Herstellungstechnologien sowie Abfall- und Nebenproduktvermeidung bzw. -verwertung gewährleisten optimale Ressourcennutzung und Wirtschaftlichkeit.

## KREATIVITÄT & IDEENFINDUNG

Optional wird den Studierenden die Möglichkeit zur Zertifizierung zum/zur IdeenmanagerIn geboten, um für Unternehmen attraktive Zusatzqualifikationen mitbringen zu können. Diese am Campus Wieselburg angebotene akademische Zertifizierung zum/zur IdeenmanagerIn ist in Österreich einmalig.



# Practice makes perfect. Praxisorientiertes Studieren.

## AUFTRÄGE AUS DER WIRTSCHAFT.

Im Rahmen des Studiums bekommen Sie immer wieder die Möglichkeit, anhand von praktischen Beispielen und realen Aufträgen von Unternehmen der Lebensmittelbranche Ihr theoretisch erworbenes Wissen in die Praxis umzusetzen. Im 2. und 3. Semester entwickeln Sie eigenständig unter Einbeziehung marktrelevanter Analysen und Trends, Produkte für AuftraggeberInnen aus der Lebensmittelwirtschaft. Sie arbeiten dabei mit Ihren KollegInnen in einem Produktentwicklungsteam zusammen und lernen unter Anleitung von ExpertInnen, wie Versuche geplant, durchgeführt und ausgewertet werden. So erreichen Sie einen hohen Grad an Sach-, Methoden- und Sozialkompetenz, der Sie als AbsolventIn für vielfältige Führungsaufgaben qualifiziert.

## GENUSS MACHT SINN

Über die Funktion des Bereitstellens von Energie und Nährstoffen hinaus, hat ein Lebensmittel natürlich die Aufgabe, Genuss und Wohlbefinden zu vermitteln. Ein Produkt, welches sensorisch nicht den Erwartungen der KonsumentInnen entspricht, kann am Markt nicht erfolgreich sein. Da ein Lebensmittel immer mit allen Sinnen wahrgenommen wird (Aussehen, Geschmack, Geruch, Tast- und Gehörsinn), ist die Sensorik eine sehr komplexe und außerordentlich wichtige Fachdisziplin für die Entwicklung neuer Lebensmittel-Produkte.

## GESUNDHEIT & ERNÄHRUNG

Schon Paracelsus sagte: „Eure Lebensmittel sollen eure Heilmittel und eure Heilmittel eure Lebensmittel sein.“ Wie sehr die Ernährung und die Gesundheit zusammenhängen wird nun, 500 Jahre später, deutlicher denn je zuvor. Noch nie in der Geschichte der Menschheit waren Lebensmittel so sicher und flächendeckend überwacht und doch nimmt die Anzahl ernährungsbedingter Krankheiten zu. In der Produktentwicklung ist man gefordert hier entgegenzusteuern, um den KonsumentInnen ein großes Angebot an wohlschmeckenden und sensorisch ansprechenden Lebensmittel-Produkten anzubieten, welche aber auch einen wichtigen Beitrag zur gesunden Ernährung liefern können.



### BERUFSFELDER

- Produktentwicklung
- Projektmanagement
- Innovationsmanagement
- Ressourcenmanagement
- Produktmanagement
- Qualitäts-, Risiko- und Krisenmanagement
- Unternehmensberatung



### FÜR SIE DA!

#### Studienberatung

Ilse Kurz M.A.

studieninfo@amu.at  
+43 (0) 7416 | 53 000 - 333



Go to [www.amu.at/praxis](http://www.amu.at/praxis)  
Infos über Projekte & Statements von Auftraggebern.





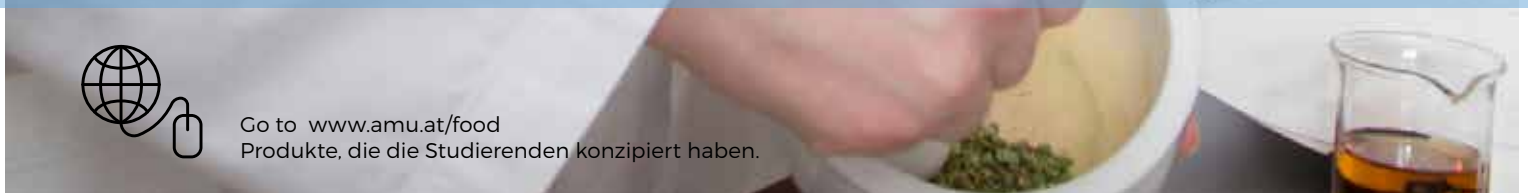
Sensorische Eigenschaften sind für den Konsumenten von größter Bedeutung und entscheiden letztendlich über Kauf oder Nicht-Kauf und damit den Markterfolg eines Produktes.



Im Food-Lab werden in zahlreichen  
Versuchsreihen Produkte bis zur Marktreife  
entwickelt und optimiert.



Go to [www.amu.at/food](http://www.amu.at/food)  
Produkte, die die Studierenden konzipiert haben.





# Von der Idee zum Produkt.

## DIE IDEE: AUS ALTBROT EIN NEUES PRODUKT ENTWICKELN

In Österreich landet fast jedes fünfte Brot im Müll von Privathaushalten, Industrie oder Handel. Tendenz steigend. Das Problem ist hinlänglich bekannt und wird aktuell in den Medien viel diskutiert. Und da unser Müll sich privat und als auch in der Industrie zum relevanten Kostenfaktor entwickelt hat, öffnen sich hier aber auch Potentiale für grüne Innovationen.

Bisher wurden die sogenannten Reststoffe wie das nicht verkaufte Brot verschenkt und bestenfalls verfüttert oder in Biogasanlagen verwertet. Viel neuer ist hingegen der Ansatz, aus einem Reststoff neue Produkte mit einem Mehrwert zu entwickeln. Also zu Produkten, die einen wirklichen Produktvorteil anbieten, den die KonsumentInnen auch ethisch oder monetär honorieren.

Im Rahmen mehrerer Masterarbeiten wurden unter anderem diverse Produkte aus Altbrot bzw. Restbrot entwickelt und hergestellt. Das Spektrum reichte dabei von biologisch abbaubaren Verpackungsmaterialien, über Sirupe, Brotaufstriche, Teigwaren und Brotschnaps bis hin zu Brot-Bier.

## PRODUKTKONZEPT: HERSTELLUNG VON BIER AUS WEIZENBROT

Die Idee, aus Altbrot Bier herzustellen, liegt eigentlich fast auf der Hand. Altbrot enthält so wie Gerstenmalz eine beträchtliche Menge an Stärke, die analog der Bierherstellung in einem Brauprozess zuerst in Zucker und in einem Fermentationsschritt dann durch die Hefe zu Alkohol und Kohlendioxid umgewandelt werden kann. Sofern der Anteil an Altbrot im gesamten Produkt 50 % nicht übersteigt, dürfte es als Kreativbier auch auf den Markt gebracht werden.

## PRODUKTENTWICKLUNG: VOM VORVERSUCH ZUM PROTOTYP

In Vorversuchen wurden somit Einflussgrößen wie das Verhältnis Brot zu Malz, die Verzuckerungszeit, die Mitverwendung von Sauermalz, sowie in weiterer Folge unterschiedliche Einstellungen beim Brauvorgang selbst getestet und ermittelt. Der Weg von der Idee zum Produkt ist mitunter recht lang und voller Herausforderungen. Und so waren auch viele Versuche notwendig, aus dem so wertvollen Reststoff Altbrot ein wohlschmeckendes und attraktives neues Kreativbier – das Weizenbrotbier – herzustellen.

## SENSORIK: ABTESTUNG MIT BIER-EXPERTEN

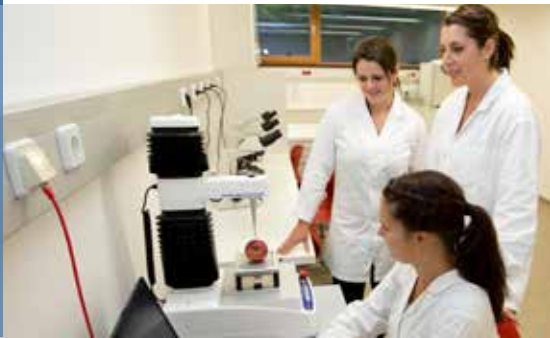
Prototypen sind Produkte, die aus den ersten Vorversuchen und Versuchen hervorgehen und in weiterer Folge natürlich noch abgetestet, optimiert und auf ihre Umsetzung in einem größeren Maßstab geprüft werden müssen. Im Rahmen einer ersten sensorischen Profilierung wurde das Weizenbrotbier von Bier-Experten analysiert und beschrieben. Trotz eines Anteils von 50 % Weizenbrot konnte kein Brotgeschmack festgestellt werden und auch sonst ließen keine anderen sensorischen Eigenschaften Rückschlüsse auf den Einsatz von Brot als Rohstoff zu. Das Bier wurde von den Experten als sehr vollmundig und ansprechend beurteilt.

Das entwickelte Weizenbrotbier stellt damit nicht nur eine attraktive sensorische Innovation dar, sondern könnte auch eine ausbaufähige Möglichkeit und ein kleiner Baustein als Maßnahme gegen die allgemeine Lebensmittelverschwendung sein.





# Unsere Ausbildung: Von Unternehmern empfohlen. Unsere AbsolventInnen: Am Jobmarkt gefragt.



## KOOPERATION MIT UNTERNEHMEN

Wie generell im Ausbildungskonzept der Austrian Marketing University of Applied Sciences verankert, wird auch im Master-Studiengang Lebensmittel-Produktentwicklung und Ressourcenmanagement größter Wert auf eine praxisnahe und anwendungsorientierte Ausbildung gelegt. Studierende werden von namhaften österreichischen Unternehmen im Rahmen von Projekten beauftragt, neue Lebensmittelprodukte zu entwickeln oder bereits existierende zu optimieren.

Auswahl an Kooperationspartnern: Berglandmilch, Brau Union, Ed. Haas, efko, JumpOn, Kornland, Loidl, Maresi, McDonald's, NÖM, Radatz, Senna, Yuu'n Mee u.v.m.



## GROSSE HERAUSFORDERUNG UND ENORMES POTENTIAL

Diese Projekte zeichnen sich durch einen interdisziplinären Ansatz aus. Es wird nicht nur auf das Verständnis der technologischen Prozesse und die Entwicklung im Labormaßstab Wert gelegt, sondern auch darauf, dass möglichst alle angrenzenden Bereiche, die für erfolgversprechende Lebensmittel-Produktentwicklungen Bedeutung haben, mit einbezogen werden. So sind unter anderem die Marktforschung, das Lebensmittelrecht, die Verpackung, das Design, die Sensorik, das Marketing oder auch verschiedenste Kreativitätstechniken zur Ideengenerierung essentielle Bestandteile eines Projektes.



Die Kombination und Integration all dieser Wissensbausteine führen zu einem interdisziplinären Prozess der Entwicklung, der von der gelehrten Theorie in die Praxis transferiert wird. Das komplexe Zusammenspiel all dieser Fertigkeiten ermöglicht eine kompetente Vorgehensweise in diesem interessanten und abwechslungsreichen Tätigkeitsbereich, was einerseits herausfordernd, andererseits jedoch unerlässlich ist, um die Marktreife für ein Produkt zu erreichen.

## LANGJÄHRIGE ZUSAMMENARBEIT

Klaus Palmetzhofer gründete gemeinsam mit seinem Geschäftspartner Robert Herman das Unternehmen „JumpOn“, welches sich auf Konzept-, Produkt- und Geschäftsentwicklung fokussiert, sowie das Seafood-Unternehmen „Yuu'n Mee“, welches auf biologisches Seafood spezialisiert ist. Klaus Palmetzhofer ist seit über zehn Jahren Lektor am Campus in Wieselburg, hat als Unternehmer schon viele Entwicklungs-Projekte an der FH in Auftrag gegeben und hat durch sein großes Branchen-Netzwerk auch etliche Projekte mit namhaften Firmen vermittelt.



„Die JumpOn - Food Konzeptentwicklung GmbH kooperiert schon seit mehr als 10 Jahren in unterschiedlichen Bereichen mit dem FH Campus Wieselburg. Unsere gemeinsamen Aufgabenstellungen reichen von der Markenentwicklung, Produktentwicklung, Konzeptentwicklung, Marktforschung bis hin zur erfolgreichen Markteinführung. Die Projektgruppen erbrachten außerordentlich gute Leistungen und überzeugten bei zahlreichen Großkunden mit ihren Ergebnissen und Präsentationen.“



„In jahrelanger Zusammenarbeit erbrachten viele Projektgruppen außerordentlich gute Leistungen und überzeugten bei zahlreichen Großkunden mit ihren Ergebnissen und Präsentationen.“

DI Klaus Palmetzhofer, Qualitätsmanager und Mitgründer von JumpOn und Yuu'n Mee



Go to [www.amu.at/food](http://www.amu.at/food)  
Infos über Projekte für dieses Unternehmen sowie Erfahrungsberichte von Studierenden.



„Was als spontane Idee entstanden ist, habe ich in meiner Master-Arbeit zum marktreifen Produkt entwickelt. Next Step: Die Vermarktung.“

Lena Weichselbaum

# Der beste Arbeitgeber: Ich selbst. Das beste Produkt: Meines.

## DER WEG ZUM EIGENEN UNTERNEHMEN

Im Laufe des Studiums sind Studierende immer wieder mit Aufgabenstellungen und Herausforderungen aus der Praxis konfrontiert. Es wird dabei viel getüftelt, einiges angedacht oder ausprobiert, zum Teil aber auch wieder verworfen. Viele Ideen, Konzepte aber auch Prototypen sind sehr vielversprechend und weisen über das eigentliche Ziel bzw. die Aufgabenstellung hinaus ein großes Potential für eine hohe Akzeptanz beim Konsumenten und eine erfolgreiche Markteinführung auf. So ist es nicht verwunderlich, dass bereits einige Studierende ihren Traum, ein eigenes Unternehmen zu gründen und ein selbst entwickeltes Produkt auf den Markt zu bringen, verwirklicht haben.

### START-UP-BEISPIEL: BIO-MÜSLI VON DEN FRISCHE FRITZEN

Julia Ramsmeier, Alberto Nodale und Florian Bertich, kurz die Frischefritzen, wie sie ihr gegründetes Unternehmen dann nannten, planten schon zu Beginn des Bachelorstudiums, sich mit einem selbst entwickelten Produkt selbstständig zu machen. Das Ziel: die Lieferung von regionalem und täglich frischem Bio-Müsli und hochwertigen Bio-Snackprodukten an Unternehmen und Schulen. Beflügelt durch die Produktidee und das hochgesteckte und damals noch ferne Ziel, ein eigenes Unternehmen aufzubauen, beschäftigten sie sich weit über das geforderte Mindestmaß eines Studiums hinaus mit der Idee, Konzepten zur Umsetzung, Technologien zur Produktion und Haltbarmachung, rechtlichen Fragen, möglichen Rohstoffen, kurzum mit all jenen Faktoren, die für eine erfolgreiche Unternehmensgründung Voraussetzung sind. Die eigentliche Gründung erfolgte dann im Rahmen des Masterstudiums.

### START-UP-BEISPIEL: TEA&MORE VON LENA WEICHSELBAUM

Lena Weichselbaum, Produktentwicklerin bei einem der bedeutendsten Hersteller von Fruchtsaftkonzentraten und Getränkegrundstoffen, hatte die Idee zur Entwicklung eines alkoholisch fermentierten Teegetränks spontan, als sie auf der Suche nach einem interessanten Thema für ihre Masterarbeit war. Sie setzte ihre im Masterstudium erworbenen Kompetenzen und ihr praktisches Know-how ein und begann, angetrieben durch äußerst positive Reaktionen auf ihre entwickelten Prototypen, diese zu verfeinern und zu einem marktreifen Produkt weiterzuentwickeln. Zwei Jahre nach Abschluss ihres Studiums hat sie sich nun entschlossen, den Schritt in die Selbstständigkeit zu wagen und ein eigenes Unternehmen zu gründen.



## Erfolg & Netzwerk.

Ausgezeichnete Ideen sind die Basis für neue Produkte, aber erst Engagement, Ehrgeiz und Mut bei der Umsetzung und Vermarktung führen zu einem realen Erfolg.

Das vier-semestriges Masterstudium ist eine wirtschaftlich orientierte und berufsfeld-bezogene Ausbildung mit einem vertiefenden Schwerpunkt im naturwissenschaftlich-technischen Bereich. Die ganzheitliche und interdisziplinäre Herangehensweise an das komplexe Fachgebiet Lebensmittel-Produktentwicklung und das immer wichtiger werdende Thema Ressourcenmanagement und Ressourceneffizienz macht die Ausbildung zu einem bislang einzigartigen Studiengang im deutsch-sprachigen Raum.

Die erlangten Kompetenzen machen die künftigen AbsolventInnen für verschiedene Betriebe im Umfeld der Lebensmittelindustrie äußerst attraktiv.

Intensive Kontakte der Fachhochschule zu Unternehmen der Lebensmittelbranche und viele anwendungsorientierte Projekte mit AuftraggeberInnen aus der Wirtschaft während des Studiums ermöglichen einen direkten Zugang zum aktuellen Stellenmarkt.

Ein kollegiales Miteinander zwischen Vortragenden und Studierenden sowie das Lehren und Lernen in kleinen Teams liefern die Grundlage dafür, dass Studierende individuell gefördert und auf Ihre berufliche Laufbahn adäquat und zielgerichtet vorbereitet werden.

Die Motivation, Leistungsbereitschaft und Begeisterungsfähigkeit, die wir in diesen Master-Studiengang einbringen, aber auch von unseren Studierenden erwarten, sollen Ihnen den Weg in eine erfolgreiche berufliche Zukunft weisen.



# Studienplan

## BERUFSBEGLEITEND

1. Semester	ECTS 30
Grundlagen der Produktinnovation	3
Marketing-Implementierung	3
Konsumentenforschung	3
Kreative Kompetenz	1,5
Führungs- und Teamkompetenz I	1,5
Grundlagen der Produktentwicklung	3
Food Design	1,5
Nationales und internationales Lebensmittelrecht	3
Ressourcenmanagement	3
Lebensmittelanalytik I	3
Lebensmitteltechnologie und -verfahrenstechnik	3
Lebensmittelzusatzstoffe	1,5

2. Semester	ECTS 30
Produktinnovation	3
Kreativitätsmethoden	1,5
Führungs- und Teamkompetenz II	1,5
Gesundheit und Ernährung	3
Angewandte Produktentwicklung I	3
Lebensmittelanalytik II	3
Fallstudien zur Verfahrensoptimierung	3
Wertschöpfungskettenmanagement in Lebensmittelprozessen	3
Fachexkursionen Lebensmittelproduktion	3
Seminar in Food Technology	3
Angewandte Lebensmittelproduktion	3

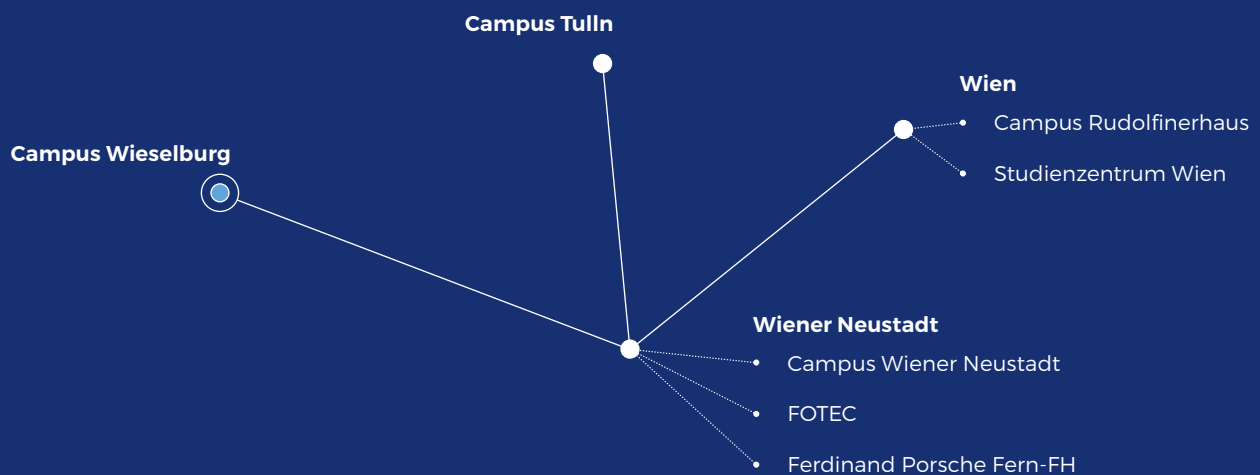
3. Semester	ECTS 30
Patentrecht	1,5
Sales	3
Ideenkonzeption und -vermarktung	1,5
Führungs- und Teamkompetenz III	1,5
Angewandte Produktentwicklung II	4
Zielgruppenorientierte Produktentwicklung (Schwerpunkt Gesundheit)	3
Verpackung, Lagerung und Logistik	3
Zertifizierung-Auditierung	1,5
Angewandte Sensorik	3
Forschungsseminar	4
Diplomandenseminar I	4

4. Semester	ECTS 30
Risiko- und Krisenmanagement	3
Diplomandenseminar II	4
Methodenlehre	3
Master-Thesis	20



# FACHHOCHSCHULE WIENER NEUSTADT

Austrian Network for Higher Education



**Campus Wieselburg**  
Austrian Marketing University  
of Applied Sciences

Zeiselgraben 4  
3250 Wieselburg, Austria

+43 (0) 74 16 | 53 000 - 0  
office@amu.at  
amu.at

**Fachhochschule  
Wiener Neustadt GmbH**

Johannes Gutenberg-Straße 3  
2700 Wiener Neustadt, Austria

+43 (0) 26 22 | 89 0 84 - 0  
office@fhwn.ac.at  
fhwn.ac.at

**Wirtschaft | Technik | Gesundheit | Sicherheit | Sport**

Stand: 001 (11/2016) | Foto-Credits: FH Wiener Neustadt, pletterbauer.com, VOCKENHUBER, Felicitas Matern, shutterstock.com

