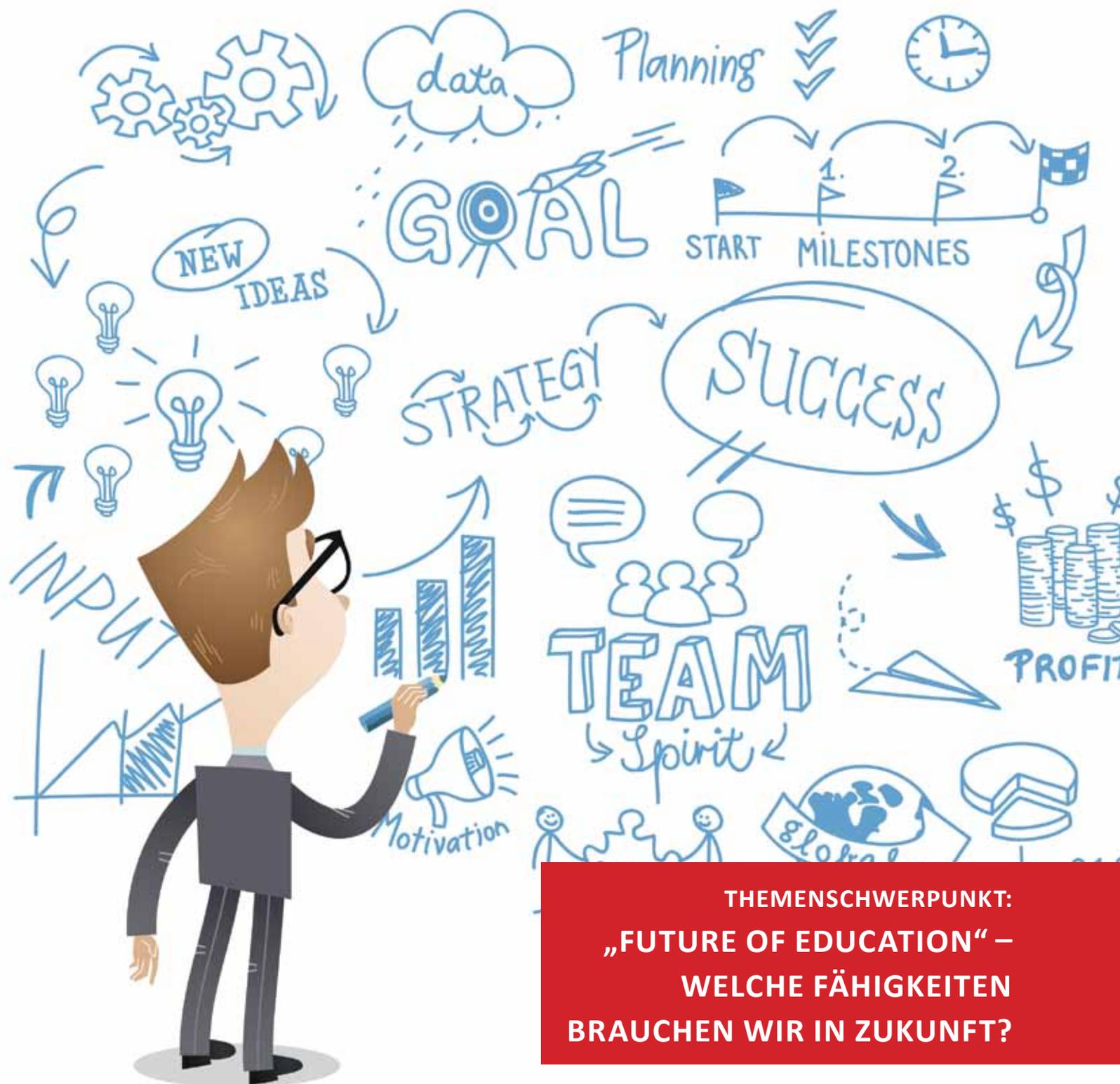


BSP-MAGAZIN

WINTERSEMESTER
2013/2014



**THEMENSCHWERPUNKT:
„FUTURE OF EDUCATION“ –
WELCHE FÄHIGKEITEN
BRAUCHEN WIR IN ZUKUNFT?**

BERLIN, OKTOBER 2013



Liebe Leserinnen und Leser,

es wird viel diskutiert über die Zukunft des Studierens in der digitalen und globalisierten Welt, über künftige Anforderungen an die Studienabsolventen, über innovative Studienformate und über die Veränderung von Berufsbildern im Management. Natürlich beteiligen auch wir uns rege an diesen Diskussionen.

Eine Reihe von Gesprächsveranstaltungen, Vorträgen und Workshops an der BSP drehten sich in den vergangenen Wochen immer wieder um genau dieses Themenuniversum. Weitere Foren und „Think Tanks“ folgen in den nächsten Monaten. Wir nehmen viele wertvolle Anregungen aus diesem Diskurs, auch für die Gestaltung und Optimierung unseres eigenen Studienbetriebs. Sowohl in der Form der Wissensvermittlung als auch in den Ausbildungsinhalten für Managementberufe ist es unser Anliegen, diesen spannenden Diskurs aktiv mitzugestalten und unsere Studierenden als zukünftige Führungskräfte darauf vorzubereiten, die Herausforderungen der sich wandelnden Märkte zu verstehen und zu meistern.

Ohne Zweifel - die Zukunft gehört den „Digital Natives“. Aber bei aller Digitalisierung, bei allen Social Communities und virtuellen Räumen, bei allen Anforderungen an die Flexibilität und an die Mobilität des modernen Individuums dürfen wir eines nicht vergessen: Wir arbeiten als Menschen miteinander, wir tragen füreinander und miteinander die Verantwortung für unsere Karrieren und für die soziale Umgebung, in der wir diese Karrieren gestalten. Daran hat sich aus unserer Sicht nicht allzu viel geändert. Deshalb ist es uns als Hochschule umso wichtiger, dass wir uns manchmal auch an die klassischen Werte und Tugenden erinnern, auf denen unsere Gemeinschaft und auch der Ausbildungsprozess beruht. Wertschöpfung ist nämlich nicht nur eine betriebswirtschaftliche Größe.

Vor diesem Hintergrund wird vielleicht deutlich, warum wir einerseits als Hochschulstandort mit der Villa Siemens eine so traditionsreiche Lernumgebung gewählt haben, wir andererseits aber den Anspruch an die (inhaltliche und didaktische) Modernität unserer Studiengänge immer wieder neu formulieren. Daraus erschließt sich vielleicht auch, dass uns die Talente des Einzelnen und die Bereitschaft unserer Studierenden zu Fleiß, Disziplin und verantwortungsvollem Handeln wichtiger sind als der Notendurchschnitt des Abiturs. Liegen wir damit richtig? Wir denken, die Freude unserer Studierenden und der Erfolg unserer mittlerweile mehreren hundert Absolventen sprechen für sich. Auch das erfreuliche Wachstum unserer Hochschule in allen Studiengängen und die positiven Akkreditierungen scheinen unseren Weg zu bestätigen.

In diesem Sinne hoffen wir, dass Ihnen das vorliegende BSP-Magazin einen Eindruck von der Lebendigkeit unserer Hochschule vermittelt und wünschen Ihnen beim Durchblättern dieses gänzlich analogen Mediums recht viel Spaß.

Mit herzlichen Grüßen



Ilona Renken-Olthoff
Geschäftsführerin



Prof. Dr. Thomas Thiessen
Rektor

INHALT

Themenschwerpunkt

3	Editorial	9	„Design-Thinking“ als innovative Lern- und Entwicklungsmethode
5	„Future of Education 2013“	10	„Science-TV“ Bewegtbild an der BSP
8	Vorausschau auf „Future of Education 2014“		

Neues aus den Bachelorstudiengängen

12	Moses (nicht nur) für Manager	15	Schauen wir fern? Oder schauen wir Internet?
13	Computerplanspiel erfolgreich gestartet	16	„Action Learning“ im Schloss Kröchlendorff
14	Wissenschaftliches Arbeiten – ganz praktisch	16	BSP global – Los Angeles, London, Sydney, Wien, Madrid und Warschau

Neues aus den Masterstudiengängen

18	Neues im Leben!	19	Freud und die Kulturpsychologie
18	Sportpsychologie live	19	Keine Angst vor der Kamera!

Neue Studiengänge an der BSP

21	International und praxisorientiert: neuer Master Business Administration	22	Fashion und Management in der Modehauptstadt: neuer Bachelorstudiengang Modemarketing
----	--	----	---

Neues aus der BSP-Forschung

24	E-Business für den Mittelstand	26	„Die Mosaik-Biografie“
25	Management von Kommunikation		

Neues aus dem International Office

28	Reise ins Zentrum der digitalen Innovationen	29	Business- und Studienaustausch Moskau – Berlin
----	--	----	--

Partner der BSP

31	Gabor Beyer von BTO Management Consulting	33	Prof. Dr. Christoph Lattemann von der Jacobs University
32	Sebastian Müller vom Verband DIE FÜHRUNGSKRÄFTE	34	Kees Spijker von The New School Amsterdam

Campus-Leben

36	Absolventen-Echo	41	Die Hochschule mitgestalten
38	Wir lieben (Hochschul-) Sport	41	Der erste Arbeitsvertrag
39	Sporthighlight des Jahres: Cup der Privaten	42	Campus-Impressionen
40	Gründercampus: Serviceplattform für Existenzgründer	44	Verstärkung an Bord – Neue BSP Mitarbeiter
		45	Terminvorschau



© Rudie - Fotolia.com

„FUTURE OF EDUCATION 2013“ – WELCHE FÄHIGKEITEN BRAUCHEN WIR IN ZUKUNFT?

Als Ausbildungsstätte muss sich eine Hochschule immer auch an Lehrplänen und Lernzielen orientieren. Der sogenannte Bolognaprozess gibt dabei klare Vorgaben. Ein Bachelorstudium ist ein recht strammes Programm, viel Stoff muss in der Regelstudienzeit abgearbeitet werden, also in relativ kurzer Zeit. Da bleibt manchmal wenig Zeit, einen Schritt zurückzutreten und darüber nachzudenken, was wir eigentlich tun: Wie lernen wir, was lernen wir, wozu lernen wir?

Dafür gibt es einmal jährlich das Format „Future of Education“ von der BSP, der MSB und der MSH: Studierende sollen unter Begleitung von Mentoren Zeit bekommen, über genau diese Basics gemeinsam mit anderen nachzudenken – und Lösungsansätze für die Zukunft zu entwickeln. Zu einem vorgegebenen Rahmenthema gibt es eine Auftaktveranstaltung und eine Abschlußpräsentation. Dazwischen haben die einzelnen Gruppen acht Wochen Zeit, völlig ohne Vorgabe oder Einschränkung, ein Szenario zu entwerfen.

In diesem Jahr ging es darum, welche Kompetenzen ein Student für die Berufs- und Alltagsbewältigung zukünftig wirklich braucht. Das Projekt war als Wettbewerb ausgeschrieben. Auch ein Studierendenteam der Jacobs University Bremen nahm an dem Wettbewerb teil. Wie im vergangenen Jahr gab es für die Teilnahme der Studierenden keine Beschränkungen. Die Auftaktveranstaltung fand im April in Hamburg unter dem Titel „Bildung neu denken“ und mit einem mehrstündigen Ideenworkshop (einem sogenannten „Design Thinking“-Workshop) statt. Die Ergebnisse dieses Tages waren dann der Ausgangspunkt für einen mehrmonatigen Arbeitsprozess. Im Juni wurden die Arbeitsergebnisse der sechs Teams dann in der Villa Siemens in Berlin vorgestellt. Die Ergebnisse waren wieder einmal absolut überraschend und vielseitig. Das Projekt hat erneut gezeigt, dass Kreativität keine Grenzen kennt.

„FUTURE OF EDUCATION 2013“ – DIE GEWINNER

1. Platz

Gewinner des Wettbewerbs 2013 ist das MSH-Team „treach.me“ (im Netz zu finden unter www.treach.me) aus Hamburg. Das „treach.me“-Team hat eine Internetaustauschbörse für Talente und Kompetenzen entwickelt. Studenten bringen anderen Studenten die Dinge bei, die sie schon immer lernen wollten oder auf die man gerade Lust hat. Nach dem Anlegen eines Profils auf treach.me und insbesondere der Angabe, welche Fähigkeiten man sich zutraut, anderen beibringen zu können und wie gut man diese beherrscht, begibt der Nutzer sich auf die Suche. Ich kann gut Gitarre spielen und möchte Tischtennis lernen? Kein Problem, wenn jemand mir das beibringen kann und Zeit hat, werde ich auf treach.me fündig. Der Preis für das Gewinnerteam: Die technische Realisation dieser Plattform wird von der Hochschule finanziell unterstützt.



2. Platz

Den zweiten Preis (und damit eine Reise zu einer Technologie- und Kommunikationskonferenz nach Tokio im September 2013) hat das Team „Navi4Life“ gewonnen. Die Studenten haben mit „Navi4Life“ eine App gestaltet, die Motivation und Orientierung in einem Leben voller Wandel und Herausforderungen der „Generation Y“ verspricht. Die App kombiniert viel psychologisches Expertenwissen und hilft, sich z.B. für Prüfungen zu motivieren, indem gesundheitliche und strategische Tipps gegeben werden. In einer zweiten Stufe soll die App biometrische Daten aufzeichnen und mit Daten aus dem Verhalten des Nutzers in sozialen Netzwerken kombinieren. Die so nachvollziehbaren Verhaltensmuster und Nutzerdaten werden mit den in der Cloud gespeicherten Profilen verglichen und die App liefert Ratschläge.



3. Platz

Von der Jacobs University Bremen kommen die dritten Sieger mit einem neuartigen Konzept des Lernens und Lebens auf Reisen: „University of the Continents“. Verschiedene Universitäten sollen sich zu interkulturellen Kooperationen zusammenschließen. Diese Organisationen bieten Wochen- oder Mehrmonatstrips als „hands-on“-Bildungsreisen für Studierende und Absolventen an. Durch gemeinsames Reisen werden internationale Teams zu Freunden; durch gemeinsames Lernen und die Zusammenarbeit bei konkreten Projekten werden Barrieren abgebaut. Junge Menschen werden zu Botschaftern anderer Kulturen im eigenen Land. Das Jacobs-Team gewinnt die Teilnahme an einer Education Conference in London im Oktober 2013.



Für alle anderen Teams, die fast ebenso inspirierende Ideen und Konzepte präsentiert haben, organisiert die BSP gemeinsam mit unserem Kooperationspartner New School Amsterdam ein Skill-Training in Amsterdam, das im Herbst stattfinden wird. So spannend kann das Lernen sein: „Future of Education“ an der BSP.

Herzlichen Dank an alle Teams für ihre überzeugende und kreative Arbeit, an die Mentoren für die engagierte Begleitung der Teams und an die Geschäftsführerin der BSP, MSB und MSH, Frau Renken-Olthoff, für die Finanzierung der tollen Preise. 2014 folgt die nächste Runde von „Future of Education“. Jeder kann teilnehmen. Themenstellung siehe nächste Seite.



© Rudie - Fotolia.com

Hat das Projekt „Future of Education“ denn nun eine Antwort auf die Ausgangsfrage gegeben, welche Kompetenzen wir für die Zukunft brauchen?

Ja, und zwar in folgender Hinsicht:

- Erstens ist Technik als Hilfsmittel nicht mehr wegzudenken. Wir brauchen also technologische Kompetenz, den souveränen Umgang mit Devices und Algorithmen.
- Zweitens aber stecken hinter der Technik persönliche Bedürfnisse, Begegnungen, Performances und ein starkes Bedürfnis nach Planung und Orientierung. Insofern scheinen klassische Management-Kompetenzen auch im digitalen Zeitalter wieder ganz im Vordergrund zu stehen.
- Die Lösungen zeigen drittens, dass die Grenzen zwischen Privat- und Berufssphäre verschwimmen und gerade während des Studiums ineinandergreifen.
- Und viertens wird noch etwas deutlich: Wir wollen jenseits der fachlichen Konzentration unseren Horizont erweitern. Wir werden quasi Experten der Informationsbeschaffung und der ganzheitlichen Erfahrungsräume.

VORAUSSCHAU „FUTURE OF EDUCATION 2014“ – A NETWORK OF VALUES / A VALUABLE NETWORK

„Future of Education 2014“ steht wieder allen Studierenden der BSP, der MSB und der MSH offen. Die Teams sollen sich diesmal dem Wert von „Netzwerken“ widmen. Worum geht es dabei? Wer es beruflich oder gesellschaftlich zu etwas bringen will, tut gut daran, den Wert von „Beziehungen“ nicht zu unterschätzen: Die richtigen Leute zu kennen, öffnet Türen, die anderenfalls verschlossen blieben. Aus guten Gründen investiert jeder wirkliche Profi einen Teil seiner Zeit in die Pflege seines Beziehungsnetzes. Aber auch innerhalb einer Organisation ist ein gut gepflegtes Netzwerk ausgesprochen wertvoll: Man erfährt einfach mehr, kann früher reagieren und hat größeren Einfluss auf den Gang der Ereignisse. Vor dem Hintergrund der Kooperationstheorie (vgl. etwa Robert Axelrod: Die Evolution der Kooperation, 6. Aufl., München 2005) sollen sich die Studenten und ihre Mentoren aus verschiedenen Profi-Netzwerken kritisch und kreativ mit dem Thema Networking auseinandersetzen.



Wir Menschen sind nun einmal „Beziehungswesen“: Im Zweifelsfall schenken wir unser Vertrauen eher Personen, die wir schon kennen oder die uns von vertrauenswürdigen Personen empfohlen worden sind. Das gilt für den Kauf von Produkten, deren Wert wir nicht genau einschätzen können, und den Abschluss von Versicherungen und Geldanlagen ebenso wie für die Wahl der Schule, auf die wir unsere Kinder schicken. Aus guten Gründen zahlen viele Firmen ihren Kunden Prämien für „Empfehlungen“: Sie wissen, dass eine solche Kontaktvermittlung ihre Chancen deutlich erhöht, mit dem Empfänger der Empfehlung ins Geschäft zu kommen.

Aber was kann man konkret tun, um sich ein starkes Netzwerk aufzubauen? Wie helfen uns die modernen sozialen Netzwerke? Der Student Mark Zuckerberg hatte die Idee zu Facebook, weil er die IT nutzen wollte, um sich ein für ihn wertvolles Netzwerk aufzubauen; ein Netzwerk für Studium und Freizeit; eins zum Austausch von Wissen und News. Mittlerweile ist Facebook selbst das größte Netzwerk.

Sehr wichtig für den Aufbau eines Netzwerks ist, aktiv auf andere zuzugehen (denn auch durch wochenlange geduldige Schreibtischarbeit entsteht kein Netzwerk), und sich als hilfsbereit zu erweisen – insbesondere denen gegenüber, die sich ebenfalls hilfsbereit verhalten. Ebenfalls sehr wichtig, aber von eher langfristiger Natur ist, anspruchsvolle Vorhaben unter Einsatz seines Netzwerks erfolgreich zu realisieren.

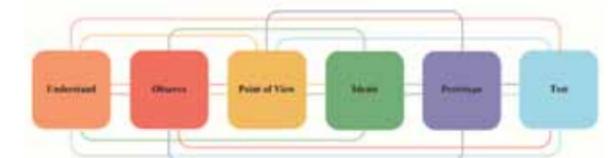
Der Rektor der BSP, Prof. Dr. Thomas Thiessen und der Leiter des BSP Career Centers, Dr. Robert Daubner werden für Future of Education 2014 wieder interessante Mentoren gewinnen. Die besten Lösungen werden wieder mit einem attraktiven Preis belohnt. Die Ausschreibung für die Teilnahme, für die es über Wahlpflichtmodule auch wieder Credits gibt, erfolgt über die Homepage der BSP, der MSB und der MSH ab November 2013. Die Kick-off Veranstaltung findet voraussichtlich im April 2014 statt, die Abschlusspräsentationen im Juni 2014.

„DESIGN THINKING“ ALS INNOVATIVE LERN- UND ENTWICKLUNGSMETHODE

Wir leben in einer aufregenden Zeit – Wirtschafts- und Währungskrisen jagen einander in atemberaubendem Tempo, begleitet von einem rasanten technologischen und demografischen Wandel sowie einer steigenden Ressourcenknappheit. Unternehmen und Organisationen, die nachhaltig erfolgreich sein wollen, müssen heute vor allem eine Disziplin beherrschen: Innovation. Doch wie wird man innovativ? Wie schafft man ein Umfeld, in dem Kreativität sich entfalten kann? Wie durchdringt man Komplexität? Wie findet man heraus, welche Produkte, Serviceleistungen und Erlebnisse wirklich benötigt werden?

Einen gut verständlichen und praktisch anwendbaren Rahmen hierfür bietet Design Thinking. Diese Methode bedient sich verschiedener Arbeitsweisen und bündelt diese in einem Prozess, mit dem eine Fragestellung bzw. ein Problem bearbeitet wird. Um Design Thinking wirklich zu verstehen, muss man es selber gemacht haben – daran führt kein Weg vorbei. Die Studierenden der BSP, der MSB und der MSH hatten dazu Gelegenheit im Rahmen des Projekts „Future of Education“. Einen Tag lang konnten sie in Hamburg Design Thinking „live“ erleben und ihre Projektthemen damit bearbeiten.

Ein professionell durchgeführter Design Thinking-Workshop ermöglicht den Teammitgliedern ihre Kreativität (wieder) zu entdecken, Empathie zu lernen und in ein beliebiges Themenfeld einzutauchen. Dass kann eine Organisation dabei unterstützen, ihre Kunden besser zu verstehen, innovative Produkte und Services zu entwickeln, einen Blick in die Zukunft zu werfen oder die Zusammenarbeit im Team & zwischen Abteilungen zu verbessern.



Da es sich bei der Verflechtung von Design Thinking mit individuellen Unternehmenszielen um ein hochkomplexes und mehrschichtiges Feld handelt, sollten nur erfahrene Design Thinking-Profis die Workshops durchführen.

Für weitere Informationen:
mail@kraemer-kira.de
Kira Krämer
Design Thinking Coach & Consultant

Für alle, die nicht dabei waren, lässt sich die Methode „Design Thinking“ am besten anhand der fünf Kernelemente beschreiben:

- 1. Nutzerzentriertheit** – Der Nutzer steht im Fokus, nicht die Technologie oder die Wirtschaftlichkeit: Welche (latenten) Bedürfnisse gibt es, in welchem Kontext bewegt sich der Nutzer, was ist für ihn relevant? Hier sind Empathie und richtiges Zuhören gefragt.
- 2. Iterativer Prozess** – Der Design Thinking Prozess besteht aus sechs Phasen, die zwar linear aufeinander folgen, jedoch ist ein Zurückspringen in jeder Phase möglich und sogar erwünscht. Denn ein frühzeitiges, „richtiges“ Scheitern ist sehr wertvoll: Mit dem Scheitern lernt man dazu.
- 3. Multi-disziplinäre Teams** – Ein möglichst heterogenes Team ermöglicht das Durchleuchten eines Themas aus verschiedenen Perspektiven. Wer es schafft, verschiedene Sichtweisen und Meinungen zu integrieren, erlangt ein umfassendes Problemverständnis.
- 4. Kreativer Raum** – Kreativität braucht die richtige Atmosphäre. Im Idealfall sind alle Möbelstücke mobil und der Raum voller Bastelmaterialien, um gemeinsam einen „Prototypen“ zu bauen. Alle Informationen werden auf Post-Its festgehalten und an Whiteboards, Wänden und Fenstern angebracht: Damit entsteht ein „kollektives Gehirn“.
- 5. Design Thinking Mindset** – Am schwierigsten zu greifen ist wohl das „Mindset“, welches ein gutes Design Thinking-Team hat. Dazu gehört es nicht nur, auf den Ideen anderer aufzubauen und visuell zu arbeiten, sondern auch sich zu trauen Dinge auszuprobieren: Ein schnell gebastelter Prototyp bringt das Team und das Projekt oftmals um Meilen weiter voran als eine mehrstündige Diskussion.

„SCIENCE TV“ – BEWEGTBILD AN DER BSP

MOOC. Schon mal gehört? Der „Massive Open Online Course“ ist im Kern nichts anderes als eine Online-Vorlesung. Aber das Zauberwort MOOC ist mittlerweile in aller Munde. Viele namhafte Universitäten sind auf den Zug aufgesprungen und stellen Grundlagenvorlesungen ihrer besten Professoren ins Netz. Der Erfolg scheint ihnen recht zu geben. Etliche dieser Vorlesungen werden von Tausenden von Studierenden aus aller Welt regelrecht überrannt. Einige Bildungsforscher sehen gar, dass Start-ups wie die Internethochschulen Iversity, Coursera oder Udacity der klassischen Universität das Wasser abgraben: Warum sollte sich ein Studierender denn noch analog einschreiben, wenn er oder sie an jedem Ort der Welt und zu jeder Zeit über den Rechner an allen Vorlesungen und Seminaren teilnehmen kann, inkl. Prüfungen, Tutorien und allem, was zu einem Studium dazu gehört.

In der Tat: Die Zugriffe auf audiovisuelle Inhalte im Internet sind allerorten enorm gestiegen. Natürlich sind auch die Studierenden der Digital-Natives-Generation mit digitalen Formaten vertraut und erwarten entsprechende Inhalte. Hochschulen, gerade im anglikanischen Raum, stellen sich zunehmend darauf ein. Streaming-Module werden für die Geschäftsgrundlage der Hochschule für die Zukunft ein wesentlicher Baustein.

Science TV powered by
MSB
BSP
MSH

Auf diese Entwicklung reagiert „Science TV“ als zentrale audiovisuelle Plattform der drei Hochschulen MSH, MSB und BSP. Aus unserer Sicht stärken Streaming-Aktivitäten in der Außenwirkung, in der Öffentlichkeitsarbeit und im Hochschulmarketing unser innovatives Hochschulprofil. Zusätzlich erhoffen wir uns über unsere Streaming-Aktivitäten eine Bereicherung unserer Lehre und der internen Dokumentationen. Allerdings sehen wir auch die Grenzen dessen, was digital aufbereitete Inhalte leisten können. Audiovisuelle Contents sind kein lern-didaktisches Patent für mehr Wissen und besseres Lernen. Sie ersetzen aus unserer Sicht nicht den persönlichen Kontakt und die individuelle Betreuung.

Science TV produziert für BSP, MSB und MSH, steht aber auch externen Auftraggebern zur Verfügung. Erste Module sind zu finden unter www.businessschool-berlin-potsdam.de/center-of-science/science-tv



Prof. Dr. Thomas Thiessen, Rektor der BSP, zu Chancen und offenen Fragen rund um das Thema Science TV

Ich werde häufig gefragt, warum wir uns mit dem Thema digitale Bewegtbildproduktion beschäftigen. Die Antwort liegt nach meiner Meinung auf der Hand. Zukünftige Studentengenerationen erwarten schlichtweg die Implementierung von Audiovision in der Ausbildung. Gleichzeitig sind aber – bei aller Begeisterung – viele Fragen noch nicht hinreichend beantwortet. Wie kommen solche interaktiven Formate bei Studierenden wirklich an? Erschließen sich darüber zusätzliche Studierendenpotentiale? Welche Modelle sind bisher erfolgreich, welche nicht? Zugleich sehen wir, dass auch eine Reihe von didaktischen Fragen geklärt sein müssen. Viele Anbieter experimentieren mit einer Mischung aus Charts, Vortrag, Video und Zwischentests. Unklar ist noch, wie lang eine „Einheit“ denn sein darf, wie eine Prüfung aussehen könnte oder generell: Wie ein solches online-basiertes Modul didaktisch wirkt im Verhältnis zu klassischen Vermittlungsformen. Vergessen dürfen wir auch nicht, dass es eine Reihe von (prüfungs-)rechtlichen Fragen gibt, mit denen wir uns befassen müssen: Gibt es bei der Registrierung Daten-

schutzprobleme? Gibt es prüfungsrechtliche Probleme durch Anfechtbarkeit? Wie kann die Identität des Prüflings gesichert werden? Wie können Täuschungsversuche verhindert werden? Last but not least ist es gerade für uns als private Hochschule, die die Gebühren der Studierenden sinnvoll und verantwortungsbewusst in die Lehre investiert, eine spannende Frage, in welchem Verhältnis Aufwand und Kosten zum zusätzlichen Lern- und Lehr-erfolg stehen. Unterm Strich also eine ganze Reihe von offenen Punkten. Das schreckt uns zwar nicht ab, sorgt aber mit dafür, dass wir die Strategie der kleinen Schritte gehen und uns nach und nach – auch im Dialog mit unseren Studierenden – dem Thema Bewegtbildeinsatz in Forschung und Lehre weiter annähern. Die technischen und personellen Grundlagen haben wir mit der Anschaffung von Produktionsressourcen gelegt. Jetzt werden wir Erfahrungen sammeln. Wir laden unsere Studierenden dazu ein, diesen Prozess kritisch-konstruktiv zu begleiten.

NEUES
AUS DEN
BACHELORSTUDIENGÄNGEN

Vor 10 Jahren entschloss sich ein führender deutscher Automobilhersteller zum Einsatz eines neuen Instrumentes der Führungskräfteentwicklung, das der Wirtschaftspsychologe Hans-Christian Heiling entwickelt hatte. Heiling arbeitete seit geraumer Zeit als Coach mit Topmanagern auf der Grundlage ästhetischer Erfahrung. Der Vorteil besteht darin, dass die Arbeit am Selbstbild nicht abhebt auf abstrakte Formeln („discover the big five in you!“), zugleich aber auch nicht stecken bleibt im Gehakel des Arbeitsalltags („Wie geht es Ihnen heute?“). Kunst öffnet die Türen zur Selbsterfahrung über das Medium einer bedeutungsvollen und (zunächst oft) rätselhaften Weltsicht.

Am Department Wirtschaftspsychologie der BSP Business School Berlin Potsdam wurde die private Initiative zu einem Forschungsprogramm ausgebaut, das in der Fachwelt Beachtung findet und offen ist für unsere Studierenden. Kunstcoaching wird von den Studierenden als Möglichkeit erlebt, Selbsterfahrung und berufliche Praxis in einem intensiven Gruppenprozess konkret zusammenzubringen. Deshalb sind Coachingworkshops ganz unmittelbar in das Studienprogramm integriert, und deshalb endet das Studium der Wirtschaftspsychologie mit einem Kunstcoaching der angehenden Absolventen bei „unserem besten Mitarbeiter“, dem „Moses des Michelangelo“ in Rom. Kein Geringerer als Sigmund Freud setzte sich ein Vierteljahrhundert lang in der römischen Kirche „San Pietro in Vincoli“ immer wieder der legendären Wirkung des Moses aus. Freud schrieb darüber anonym ein beeindruckendes psychologisches Porträt. Damit schuf er die Grundlage zu einem tiefenpsychologischen Verständnis des starken Erlebniseindrucks, der seit nunmehr 500 Jahren von der gewaltigen Marmorskulptur ausgeht und der Freud schon bei seinem ersten Besuch überwältigt hatte. Zugleich legte er mit seiner Analyse die Grundlage dafür, dass wir heute die Wirkungskordinaten der Statue kennen und damit arbeiten können, dass Moses zu einem hervorragenden Medium der Modellierung von Selbsterfahrungen geworden ist und in dieser Eigenschaft eben „unser bester Mitarbeiter“ im psychologischen Außendienst.



© v0v - Fotolia.com

Wie Hunderte von Managern aus Topkonzernen zuvor so reisten auch in diesem Jahr wieder Studierende neugierig und voller Erwartungen in die ewige Stadt und setzten sich unter erfahrener psychologischer Leitung der Wirkung des Moses aus. Dreht sich das Coaching für Führungskräfte im Allgemeinen um Fragen von Stärke und Rücksicht, Ambition und Gelassenheit, Kräfte messen und Rückhalt sichern im Beruf, so geht die Selbstreflexion unserer psychologisch geschulten Absolventen sogar noch weiter: Wer sich dem Moses öffnet, lernt an ihm, was seinen Lebenserfahrungen und Lebensplänen als individuelles Muster, als persönliche Gleichung zugrundeliegt, und lernt auch, an welchen Stellen das Leben anders und dabei leichter zu nehmen wäre. Ob es bei der Einsicht bleibt oder Konsequenzen gezogen werden, entscheiden die Teilnehmer selbst – oder das, was sie nach Rückkehr in ihren gewohnten Lebenskontext erwartet. Deshalb wird, wie im Managementkontext, selbstverständlich ein Nachgespräch angeboten, das bei Bedarf Einsichten, Nachwirkungen und Umorientierungen im Abstand von ein paar Monaten sortieren hilft.

Es ist sicher nicht übertrieben, die Romreise als Highlight im Studiengang „Wirtschaftspsychologie“ zu sehen – und das nicht nur wegen der unüberbietbaren Atmosphäre der italienischen Lebenskultur im römischen Sommer. Sich selbst bei aller Unzulänglichkeit als entwicklungs berechtigte und entwicklungs begabte Persönlichkeit zu erleben und die Gruppe um sich herum als offen, gleichwertig und unterstützend, ist eine auch menschlich schöne Erfahrung. Hochschulleitung und Kollegium wollen das Kunstcoaching daher zukünftig auch anderen Studierenden als Wahlmodul öffnen.

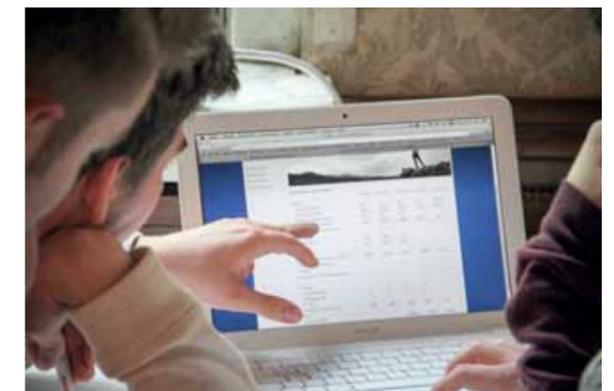


Ganz schön ins Schwitzen kamen die Studierenden der Kurse Kommunikationsmanagement, Internationale Betriebswirtschaftslehre und Medizincontrolling zum Start ihres 2. Semesters – und das lag nicht an den endlich sommerlichen Temperaturen.

In diesem Semester startete an der BSP der Einsatz der computerbasierten Unternehmenssimulation EasyManagement. Hierbei übernehmen Studierende die Führung in einem virtuellen Unternehmen und müssen echte unternehmerische Entscheidungen treffen. Die studentischen Unternehmen spielen als Wettbewerber auf einem Markt gegeneinander und müssen sich so gegenüber Ihren Konkurrenten behaupten. Diejenige Gruppe, die am Ende des Spiels am erfolgreichsten gewirtschaftet hat, gewinnt einen Preis.

Welche Strategie soll ich verfolgen? Ist mein Preis zu hoch? Wie verändert die Anschaffung einer neuen Maschine meine Bilanz? Dies sind nur einige Fragen, die während des Planspiels zu beantworten sind. Neben dem „Training personeller und sozialer Kompetenzen“ im ersten Semester, das die Soft Skills schult, ist die Unternehmenssimulation ein Training für „harte“ unternehmerische Entscheidungen.

Fazit nach dem erfolgreichen Abschluss des Planspiels: Kein trockener Lehrbuchstoff, sondern praktische und spannende Fragestellungen aus dem Unternehmensalltag!



Mit Blick auf Energieeffizienz und Klimaschutz hat die Bundesregierung sich zum Ziel gesetzt, den Stromverbrauch in Deutschland bis zum Jahr 2020 um mindestens zehn Prozent zu senken. Vor diesem Hintergrund nutzen viele private Unternehmen Energie effizienter und sparen Kosten ein. Gilt dies auch für öffentliche Kulturbetriebe und Bildungseinrichtungen, die vor der Herausforderung stehen, ihren Auftrag trotz knapper Kassen und steigender Kosten zu erfüllen? Eine aktuelle empirische Studie der BSP Business School Berlin Potsdam und BTO Management Consulting AG untersucht am Beispiel öffentlicher Kulturbetriebe in Berlin und Brandenburg das Energie- und Energiekostenbewusstsein dieser Einrichtungen und fragt nach derzeitigen bzw. künftigen Einsparpotenzialen. Die Studie wurde maßgeblich begleitet von Studierenden des Studiengangs Business Administration im Modul „Wissenschaftliches Arbeiten“. Die Studierenden konnten im Rahmen der Studie wesentliche Teilbereiche einer empirischen Untersuchung in allen Teilschritten von der Fragebogenentwicklung über die Befragung bis hin zur Auswertung und Publikation aus erster Hand kennenlernen.

Aus den mehr als 740 öffentlichen Kulturbetrieben in Berlin und Brandenburg wurden 34 repräsentative Einrichtungen ausgewählt. Im Zeitraum Februar bis März 2013 wurden technische Leiter bzw. Energie- oder Facility-Manager zu den wesentlichen Themen der Energiewende befragt. Während die Mehrheit der befragten Kulturbetriebe im Zeitraum 2011-2012 keine Änderung der Stromverbrauchsmengen verzeichnete, nutzte nur ein geringer Teil mehr Strom als im Vorjahr. Ein Vier-

tel kann weder eine Aussage über die Verbrauchsentwicklung noch zu den angefallenen Energiekosten treffen. Insgesamt zeichnet sich ab, dass öffentliche Kulturbetriebe sich nur unzureichend mit dem Thema Energiewende befassen. Die Befragung zeigt außerdem, dass die überwiegende Zahl der Einrichtungen weder ein effektives Energiemanagement noch ein entsprechendes Kostencontrolling betreibt.



Fazit der Studie:

- Die Primärziele des energiepolitischen Zieldreiecks sind den meisten Befragten nicht bekannt.
- Bei gebündeltem Einkauf von Energie haben die Verantwortlichen vor Ort oftmals nur unzureichende Kenntnis über die wesentlichen Themen der Energiewende.
- Große Einrichtungen mit Stromverbräuchen von mehr als 500.000 kWh pro Jahr (das entspricht dem Verbrauch von durchschnittlich mehr als 120 Haushalten) haben einen guten Überblick über die aktuelle Situation und setzen Effizienzmaßnahmen um.
- Die Vielzahl der Kulturbetriebe mit einem Verbrauch von weniger als 500.000 kWh pro Jahr hat Potenzial für Effizienz und Transparenz bei Einkauf und Anwendung der bezogenen Energie.
- Mitarbeiterschulungen oder Informationsveranstaltungen zum effizienten Umgang mit Energie haben bisher keine Bedeutung bei den teilnehmenden Kulturbetrieben.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass der bewusste Umgang mit Energie, Verhaltensänderungen und die damit verbundenen Einspareffekte in den öffentlichen Kultureinrichtungen noch nicht „angekommen“ ist. Investive Maßnahmen, neue Technologien und die Sensibilisierung der Mitarbeiter durch Schulung und Information könnten in spezifischen und maßgeschneiderten Lösungen die Ziele der Bundesregierung gleichrangig bedienen und die Energiewende auch in Kulturbetrieben Wirklichkeit werden lassen.



Unter dem Titel „the future of TV“ beschäftigte sich der jüngste Kurs des Studiengangs Kommunikationsmanagement im Sommersemester 2013 im Modul „Medienökonomie“ unter Begleitung von Prof. Dr. Thiessen und Prof. Dr. Groebel über mehrere Wochen intensiv mit der Entwicklung des Fernsehens in der digitalen Medienzukunft. Im Vorfeld wurden die wirtschaftlichen Besonderheiten der Medienbranche erörtert. Über Besuche von Medienexperten wie Jan Paulus von Super RTL oder der Literaturagentin Gudrun Hebel, aber auch über Exkursionen wie beispielsweise zum Springer Verlag erarbeiteten sich die Studierenden einen grundsätzlichen Einblick in die ökonomischen und publizistischen Strukturen der Medien in der digitalen Welt. Ausgerüstet mit diesem Basiswissen ging es dann an das eigentliche Thema: Was wird eigentlich aus dem Medium TV, was wird aus den TV-Sendern?

Die Studierenden näherten sich dem Thema auf drei unterschiedlichen Ebenen an:

- Themenpaket Technologie: Wie entwickeln sich Bandbreite, technische Geräte und die Bedienbarkeit der Geräte?
- Themenpaket Mediennutzung: Wie verändert sich das Mediennutzungsverhalten in der digitalen Welt?
- Themenpaket innovative Sendermodelle: Wie reagieren klassische TV-Unternehmen auf die digitale Entwicklung und welche neuen Sendermodelle entstehen?

Unter anderem wurden von den Studierenden folgende Trends herausgearbeitet:

- Vordergründig sehen die Fernsehnutzungszahlen sehr gut aus; auf den zweiten Blick zeigt sich aber, dass das klassische TV bei den jüngeren Zielgruppen massiv an Nutzungszeit verliert und von der Nutzung audiovisueller Inhalte über das Internet bereits überholt wurde.
- Das Fernsehen verliert insgesamt die Herrschaft über unseren Tagesablauf und muss sich den Bedürfnissen der mobilen Gesellschaft anpassen.
- Internet und TV wachsen zusammen; damit büßen die großen Sendermarken an Zugang zu den jüngeren Zielgruppen ein. Interessant sind nur noch die einzelnen Sendungen, nicht mehr das Markenbild eines Senders.
- Die klassische Werbefinanzierung wird ersetzt durch innovative Finanzierungsmodelle und durch das Bezahlen einzelner Sendungen.
- Fernsehen wird interaktiver und passt sich in unseren Alltag u.a. auch als Serviceinstrument ein (Stichwort smart home).
- Neue Sendermodelle entstehen, die u.a. auch auf die Mitwirkung der Zielgruppen setzen.

„Action Learning“ im Schloss Kröchlendorff

Das „Training personaler und sozialer Kompetenzen“ unter der Leitung von Prof. Dr. Rainer Zeichhardt fand einer schönen Tradition folgend auch im Sommersemester wieder im Schloss Kröchlendorff bei Prenzlau statt. Wie viele Generationen vorher haben diesmal Studierende der Bachelor-Kurse „Business Administration Berlin/Neuruppin“ und „Wirtschaftspsychologie“ vom 02. – 04. Juli 2013 bei herrlichem Sommerwetter in der inspirierenden Abgeschiedenheit der Uckermark wichtige Soft Skills wie Kommunikations-, Konflikt- und Teamfähigkeit trainiert.

Das Modul ist fester Bestandteil der Managementausbildung an der BSP, da Führungskräfte nicht nur über solide Fachkompetenzen verfügen müssen, sondern auch über wichtige Schlüsselqualifikationen. Im Rahmen des Trainings werden die Studierenden durch Übungen, Szenarien und Rollenspiele in die Lage versetzt, komplexe betriebliche Projekte sowohl ökonomisch als auch sozial effizient zu meistern. Basis des Trainings ist das sogenannte „Action Learning“: Theorien werden durch aktive Übungen erlebbar, und die Erfahrungen und Emotionen werden anschließend durch professionelles Feedback intensiv theoretisch reflektiert. Dieses „Lernen mit allen Sinnen“ führt nicht nur zu nachhaltigem Lernerfolg, sondern macht auch noch Spaß!



BSP global – Los Angeles, London, Sydney, Wien, Madrid und Warschau

IBWL-Studierende gehen ins Auslandssemester

In diesem Wintersemester brechen die Studierenden des ersten Kurses des B.A.-Studienganges „Internationale Betriebswirtschaft“ in die weite Welt auf, um ihr Auslandssemester und das internationale Projektstudium zu absolvieren.

In Los Angeles, London, Sydney, Wien, Madrid und Warschau werden unsere iBWL-Studierenden in den nächsten Monaten eine spannende Zeit verbringen. Sie werden in den Seminaren, Vorlesungen und Workshops an den Hochschulen im Ausland nicht nur ein breites internationales Management Knowhow erwerben, sondern auch ihre interkulturellen Kompetenzen ausbauen und globale Netzwerke knüpfen.

Weitere Auslandserfahrungen erwerben unsere Studierenden im Anschluss im Rahmen des internationalen Projektstudiums. Durch die konkrete Tätigkeit in einem Unternehmen im Ausland können die Studierenden ihre internationalen Managementkompetenzen gleich in der Praxis anwenden. Sie blicken hinter die Kulissen erfolgreicher globaler Unternehmen und erwerben damit beste Voraussetzungen für eine internationale Karriere. Wir sind gespannt auf die vielen spannenden Erfahrungsberichte!

Goodbye! See You! Adiós! Do Widzenia! Bis bald!



NEUES
AUS DEN
MASTERSTUDIENGÄNGEN

Neues im Leben!

Studierende des Masterstudiengangs **Wirtschaftspsychologie** nehmen teil am „Science Slam Potsdam“

Aus dem Bundestag, wo er zu einer Expertenanhörung eingeladen war, brachte Prof. Dr. Fitzek den Satz mit: „Die Fachhochschulen bringen Neues ins Leben!“ Das zeigte sich auch beim Science Slam Potsdam. Den Science Slam eröffnete ein bekannter Wissenschaftler als Eisbrecher für einen Nachwuchswettbewerb, in dem junge Wissenschaftler ihre Forschung spannend und allgemein-verständlich präsentieren. Das Neue heißt in unserer Hochschule „Kreatives Management“ und Prof. Dr. Fitzek fragte danach: „Wer hat’s erfunden?“ Mit der „Theory U“ war das Publikum auch schon mitten im Thema. Denn das „U“ beschreibt in der Managementlehre das Wechseln in ein anderes Denken. Präziser gesagt: → Perspektivwechsel.

Als Psychologe zeigte Prof. Dr. Fitzek dann aber, dass Kreativität nicht erst mit dem Management erfunden wurde, sondern auf Wolfgang Köhlers Konzept des „Lernens durch Einsicht“ zurückgeht – „Sicht“ im engeren Sinne als Sehen verstanden. Durch die jeweilige Sicht (Blickwinkel) des Betrachters baut sich eine Gestalt auf und nur durch „U“ wie Umstülpen kann sich die Gestalt verbessern; das fand Köhler schon vor hundert Jahren im Experimentieren mit Affen heraus. Dann aber wäre der „Erfinder“, der intelligenteste seiner Affen („Sultan“), der es durch Nachdenken und durch Ändern des Blickwinkels schaffte, auch unerreichbar scheinende Ziele (Bananen) in Reichweite zu holen. Manager haben wie „Sultan“ die komplexe Aufgabe, durch kreatives Nachdenken alle Aspekte einer Sache in ein Ziel einzubauen. Prof. Dr. Fitzek öffnete dem Publikum in 10 Minuten eine Dimension dieser doch weitreichenden Fragestellung und gab damit die Manege frei für die Slamerinnen und Slamer des Abends. Das Publikum verfolgte einen spannenden Wettkampf, und die Anhänger der Business School Berlin Potsdam waren begeistert.



Sportpsychologie live

Konditionstrainer Carsten Schönemann (Hertha BSC) zu Gast an der BSP

Im Mai 2013 bekamen die Studenten des Masterstudiengangs Sportpsychologie Besuch des Konditionstrainers Carsten Schönemann. Im Rahmen des Moduls Sportwissenschaft bei Michael Grunwald gab der langjährige Konditionstrainer von Hertha BSC Einblicke in die sportmedizinische Diagnostik und Trainingssteuerung im Hochleistungssport.

Für den darauffolgenden Tag lud Schönemann die Studenten zu einem einmaligen Besuch auf das Trainingsgelände und die Akademie-Räume von Hertha BSC ein. Dort hatten die Studenten unter anderem die Möglichkeit sich unter professioneller Anleitung von Schönemann und seinem Team einem Laktattest zu unterziehen, um die individuellen Ausdauerbelastungsbereiche zu ermitteln. Schönemann selbst steht der Sportpsychologie sehr positiv gegenüber. „Es ist ein absolut wichtiger Bereich im Hochleistungssport“, so Schönemann. „In der Leistungsdiagnostik und der Trainingssteuerung bewegen wir uns bereits auf einem sehr hohen, nahezu ausgereizten Niveau. Hier geht es wirklich nur noch um wenige Prozent an Leistung, die man aus einem Spieler oder einer Mannschaft herausholen kann.“ Die psychologischen und mentalen Leistungsreserven seien hingegen aus seiner Erfahrung noch enorm. „Keine Frage, die sportpsychologische Betreuung und Beratung wird in den nächsten Jahren massiv an Bedeutung gewinnen“, resümiert Schönemann.



Freud und die Kulturpsychologie

Studienreise der BSP und MSB nach Wien

Am Morgen des 4. Juni 1938 verließ der hochbetagte Gründer der Psychoanalyse, Sigmund Freud, mit Familie, Angestellten, einer Ärztin, die sich um den Todkranken kümmerte, und seinem geliebten rothaarigen Chow seine Wiener Wohnung, um sich und seine Angehörigen vor der tödlichen Bedrohung des Nationalsozialismus in Sicherheit zu bringen, mit dem Reiseziel Paris und London. Auf den Tag genau 75 Jahre später betrat eine Reisegruppe unserer beiden Hochschulen BSP und MSB die Praxis, in der Freud seine berühmten Entdeckungen gemacht und Patienten behandelt hatte, voller Neugier und Respekt vor der bis auf die Ausstattung – wie etwa die in London zu besichtigende berühmte Couch – beinahe unverändert gebliebenen Örtlichkeit in der Wiener Berggasse. Prof. Herbert Fitzek erläuterte im Diskussionsraum des Freud-Museums die Umstände des dramatischen Aufbruchs aus Freuds Wiener Domicil und gab eine knappe Einführung in die auch heute noch Aufsehen erregenden Grundthesen der Tiefenpsychologie. Am folgenden Tag der Wien-Expedition stand eine Reise zu der Partnerhochschule FH Wiener Neustadt mit einem Studientag mit dem Schwerpunkt Personalmanagement und Personalberatung auf dem Programm. An den folgenden Tagen nahm die Studiengruppe am „Vienna Aesthetic Symposium“ und am Kongress der „Gesellschaft für Kulturpsychologie“ an der Universität Wien teil. Experten aus verschiedenen Wissenschaftsbereichen diskutierten die Bedeutung von Kunstwerken, Fotografien, Tagebüchern und Dokumentationen als Mittel der Selbst- und Wirklichkeitsdarstellung. Das Schlussplenum kam nicht nur für den wissenschaftlichen Verlauf der Tagung zu einer positiven Wertung. Die Professoren waren auch beeindruckt von der Resonanz (und Disziplin!) der Studierenden und regten an, den Austausch mit den Studierenden in zukünftigen Tagungen gezielt zu fördern. In diesem Sinne darf man gespannt sein auf 2015 in Salzburg!



Keine Angst vor der Kamera!

Medienschulung mit SWR-Redakteur Johannes Seemüller

Unmittelbar zum Ende des Sommersemesters erhielt die Business School Berlin Potsdam prominenten Besuch aus der Medienszene. Der Sportredakteur und Moderator des Stuttgarter Südwestrundfunks (SWR) Johannes Seemüller begab sich ausnahmsweise für zwei Tage hinter die Kamera, um die Masterstudenten der Sportpsychologie im praktischen Umgang mit der Kamera zu schulen. Im Rahmen eines sehr lebendigen Medientrainings wurden verschiedene Techniken des Interviewens eingeübt (Mimik und Gestik, aktives Zuhören, „richtige“ Fragen stellen, spontanes Reagieren usw.) als auch Erfahrungen im Umgang mit der Position vor der Kamera gemacht, was zudem jede Menge Unterhaltung bot. Die Studenten der Sportpsychologie und Prof. Dr. Marlovits bedanken sich bei Johannes Seemüller für die spannenden sowie intensiven Momente und Einblicke in den journalistischen Alltag!



INTERNATIONAL UND PRAXISORIENTIERT: NEUER MASTERSTUDIENGANG BUSINESS ADMINISTRATION

Die BSP Business School Berlin Potsdam bietet ab dem Sommersemester 2014 den international ausgerichteten Master Business Administration (M.A.) an und reagiert damit auf die starke Nachfrage nach hochqualifiziertem Managementnachwuchs.



Wie wird ein Team geführt? Wie werden Innovationen gefördert? Und wie werden Prozesse im Unternehmen gesteuert? Managementkompetenzen sind der Schlüssel zum Erfolg moderner Unternehmen. Im Master Business Administration liegt der Schwerpunkt auf der internationalen Managementausbildung: So sind neben den spezifischen Management-Modulen auch 108 Stunden Business English im Studienprogramm integriert.

Gleichzeitig ist der Studiengang sehr anwendungsbezogen ausgerichtet und zeichnet sich durch die stetige Verbindung von Theorie und Praxis aus. Regelmäßige Unternehmensexkursionen, Computersimulationen (Planspiele) und Start-Up-Workshops bilden hierbei ein umfassendes Rahmenprogramm. Darüber hinaus wird nicht nur die Praxis großgeschrieben: Die neusten Forschungsergebnisse werden stetig berücksichtigt und einbezogen, um den zukünftigen Absolventen bestmögliche Qualifikationen für ihren beruflichen Werdegang zu bieten.

„Unser Ziel ist es, Studierende optimal auf eine Karriere im Management vorzubereiten. Wir bieten ihnen außerdem die Möglichkeit, über den Tellerrand zu schauen und neue Ideen zu entwickeln. Bei uns studieren Sie Business Class“, so Prof. Dr. Markus Langenfurth, Professor für Betriebs- und Volkswirtschaftslehre an der BSP.

Modulübersicht Masterstudiengang Business Administration

Kompetenzfeld	Modul Nr.	Module / Lehrveranstaltungen	*CP
Allgemeine Managementkompetenz	M1	Strategie und Unternehmensentwicklung	5
	M2	Leadership und Coaching	5
	M3	Organisationstheorie und -praxis	5
		Summe	15
Spezielle Managementkompetenz	M4	Supply Chain- und Kundenmanagement	5
	M5	Marketing- und Kommunikationsmanagement	5
	M6	Finanzierungs- und Kostenmanagement	5
	M7	Wirtschaftspsychologie	5
	M8	Wirtschaftsethik und Compliance	5
	M9	Wirtschaftspolitik und Globalisierung	5
	M10	Unternehmensrecht und -besteuerung	5
		Summe	35
Berufsfeldbezogene Managementkompetenz	M11	Unternehmensexkursionen	5
	M12	Start-up-Workshop und Gründungsmanagement	5
	M13	Unternehmensplanspiel	5
	M14	Projektstudium	5
		Summe	30
Methoden- und Sozialkompetenz	M15	Training Soft Skills	5
	M16	Finanzmathematik und Statistik	5
	M17	Business English – Speaking and Writing Skills	5
	M18	Business English – Communication Skills	5
	M19	Masterthesis mit Kolloquium	20
		Summe	40
Gesamtsumme			120

*CP – Credit Points

NEUE STUDIENGÄNGE AN DER BSP

FASHION UND MANAGEMENT IN DER MODEHAUPTSTADT: NEUER BACHELORSTUDIENGANG MODEMARKETING

Ebenfalls ab dem Sommersemester 2014 bietet die BSP Business School Berlin Potsdam den Bachelorstudiengang Modemarketing an und richtet sich damit an alle Modeinteressierten, die in ihrem späteren Beruf sowohl kreativ als auch betriebswirtschaftlich orientiert arbeiten möchten.



Mode steht für Kreativität, für Geschmack, für Lifestyle. Gleichzeitig müssen Design, Accessoires, Kollektionen und Trends auch erfolgreich positioniert werden, um am Markt erfolgreich zu sein. Deshalb besteht bei vielen Modeunternehmen der Bedarf an zukünftigen Führungskräften, die über ihr Interesse an Mode hinaus auch über fundierte kaufmännische Kenntnisse und branchenspezifisches Wissen verfügen. Sie suchen Mitarbeiter, die aktuelle Modetrends erkennen, Innovationen planen und am Markt durchsetzen können. Die BSP reagiert auf diesen Trend und integriert den international ausgerichteten Bachelorstudiengang Modemarketing in ihr Studienprogramm. Der Bachelorstudiengang vermittelt dabei Kompetenzen und Werkzeuge für die aktuellsten Entwicklungen in der Modeindustrie: Markenaufbau und -pflege, traditioneller Handel, Markenkommunikation und Online-Vertrieb sind u. a. wichtige Aspekte. Da sich die globalen Märkte massiv verändern, werden neben der direkten Designqualität, auch die Kommunikation und Identifikation mit einer Marke immer wichtiger. Das Besondere des Marketings für Mode besteht auch darin, dass die Produktzyklen sehr kurz sind und Kollektionen bis zu vier Mal im Jahr wechseln: Hier müssen Experten immer wieder neue Kampagnen entwerfen. Der Studiengang ist in enger Kooperation mit bekannten Designern, Modehäusern, Online-Anbietern, Modejournalisten, Marketingstrategen, PR-Forschern und internationalen Partnerorganisationen entstanden.

Kompetenzfeld	Modul Nr.	Module / Lehrveranstaltungen	*CP
Allgemeine Fachkompetenz im Management			
Wirtschaftswissenschaftliche Grundlagen			
	M1	Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre	5
	M2	Grundlagen der Volkswirtschaftslehre	5
	M3	Grundlagen der Planung und Kontrolle	5
	M4	Grundlagen der Organisation	5
	M5	Grundlagen von Personal und Führung	5
Wahlpflichtbereich			
	M6	Wahlpflichtmodul	5
		Summe	30
Spezifische Fachkompetenz			
	M7	Grundlagen Modemarketing	10
	M8	Kommunikationswissenschaft und -psychologie	5
	M9	Retail Management und Channel Marketing	5
		Summe	20
Berufsbezogene Handlungskompetenz			
Modemarketing			
	M10	Trend- und Lifestyleforschung	5
	M11	Strategisches Markenmanagement	5
	M12	Mode im digitalen Zeitalter	5
	M13	Mode PR und Journalismus	10
Modedesign			
	M14	Modegeschichte und -design	5
	M15	Modegestaltung und -produktion	10
Modemanagement			
	M16	Projektmanagement: Event und Kampagne	5
	M17	Wirtschafts-, Marken- und Wettbewerbsrecht	5
Praxisprojekte			
	M18	Projekt: Kampagnenplanung	5
	M19	Projekt: Marketingstrategie	5
	M20	Projekt: Design Thinking	5
	M21	Projektstudium	30
		Summe	95
Methoden- und Sozialkompetenz			
	M22	Coaching I: Soft Skills	5
	M23	Coaching II: Creative Performance	5
	M24	Business English	5
	M25	Wissenschaftliches Arbeiten	5
	M26	Statistik	5
	M27	Bachelorthesis mit Kolloquium	10
		Summe	35
		Gesamt-Summe	180

NEUES
AUS DER BSP-FORSCHUNG

E-BUSINESS FÜR DEN MITTELSTAND

Drittmittelprojekt „e-Business Lotse“ an der BSP

Seit dem Frühjahr 2013 ist die BSP mit offiziellem Zuwendungsbescheid durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie Träger des Projektes eBusiness-Lotse Potsdam. Der eBusiness-Lotse ist Bestandteil der Förderinitiative „eKompetenznetzwerk für Unternehmen“, die vom Bundeswirtschaftsministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gefördert wird. Bundesweit sind 38 eBusiness-Lotsen an verschiedenen Standorten aktiv - stets mit dem Ziel, Unternehmen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) zu unterstützen.

Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen (KMU) verfügen häufig nicht über hinreichende finanzielle, zeitliche und personelle Ressourcen, um eine adäquate IKT-Kompetenz sowie die entsprechenden Infrastrukturen aufzubauen. An dieser Stelle setzt die Arbeit des eBusiness-Lotsen an. Ziel ist die Information, Befähigung und Sensibilisierung kleiner und mittlerer Unternehmen.

Die Schwerpunkte konzentrieren sich auf die Bereiche eBusiness und Internet sowie Cloud Computing. Während die zunehmende Relevanz des Internets für Unternehmen mittlerweile unbestreitbar ist, hat die aufstrebende Technologie des Cloud Computing durch die jüngsten Datenüberwachungsskandale einen Dämpfer erhalten. Eine verlässliche Datensicherheit vorausgesetzt, wird sich Cloud Computing in Bezug auf die Ressourcenoptimierung in naher Zukunft für KMU zu einem unverzichtbaren Faktor entwickeln.

Die Einführung neuer Technologien ist dabei stets mit einschneidenden Änderungen der internen Betriebsabläufe verbunden, die Unternehmen vor spezielle Herausforderungen stellen. Besondere Bedeutung kommt in diesem Zusammenhang dem Thema Change Management zu. In enger Zusammenarbeit mit den Professoren wird dieser Themenkomplex den dritten Schwerpunktbereich der Tätigkeit des eBusiness-Lotsen darstellen.

Um all die genannten Ziele erreichen zu können, bietet der eBusiness-Lotse ein breitgefächertes Angebot: Neben Informationsveranstaltungen, Workshops oder Messeauftritten, werden Infomaterialien wie Broschüren und Leitfäden zur Verfügung gestellt.

Insgesamt werden über den e-Business-Lotsen zahlreiche Verknüpfungspunkte mit der wissenschaftlichen Arbeit der Hochschule ermöglicht. Den Studierenden werden eine Einbindung von E-Business-Themen in den Unterricht, interessante Veranstaltungen, Coachings und eine Auswahl spannender Bachelorthemen angeboten. Zugleich wird ein komplexer Fragebogen und dessen Auswertung die Grundlage für eine umfassende Studie zur Akzeptanz von Business-Anwendungen in kleinen und mittleren Unternehmen sein.

Koordiniert und umgesetzt wird das Ganze von einem fünfköpfigen Team, das in der Potsdamer Außenstelle der BSP im Herzen von Potsdam mit Blick auf den Neuen Markt beheimatet ist. Ein zweiter Standort für Aktivitäten und Veranstaltungen ist der Campus der Business School in Neuruppin. Die Laufzeit für das Drittmittelprojekt ist bis Oktober 2015 angesetzt.

Wenn Sie mehr über das Projekt und die konkreten Angebote erfahren möchten, besuchen Sie die Webseite des eBusiness-Lotsen Potsdam unter www.ebusinesslotse-potsdam.de oder folgen Sie dem Projekt auf den verschiedenen sozialen Kanälen wie Facebook, Twitter oder Google+.



MANAGEMENT VON KOMMUNIKATION

Forschung und Praxisleitfaden zur E-Mail-Kommunikation in Unternehmen

Managerinnen und Manager können für die interne Unternehmenskommunikation auf eine Vielzahl von virtuellen Kommunikationsformen zurückgreifen. Aber trotz der aktuellen interessanten Entwicklungen (wie z.B. Corporate-Wikis, Blogs, Social Media) ist interessanterweise die E-Mail das zentrale Medium formaler und informeller virtueller Kommunikation in Organisationen – und wird dies auch in Zukunft bleiben!

Prof. Dr. Rainer Zeichhardt hat die E-Mail-Kommunikation in Organisationen erforscht und dabei die Ambivalenzen der E-Mail-Kommunikation herausgearbeitet. Im Rahmen der Untersuchung wird gezeigt, dass diese spezifische virtuelle Kommunikationsform neben diversen Möglichkeiten (z.B. einfache, schnelle, zeit- und raumübergreifende Übermittlung von Daten zwischen Sender und Empfänger) auch zahlreiche – oftmals sehr subtile und mittelbare – Störungspotenziale für Organisationen, Interaktionsbeziehungen und Personen aufweist.

„Falsche“ E-Mail-Kommunikation kann zu ineffizienter Informationsüberlastung, massiven Missverständnissen und Konflikten führen, sie kann formale hierarchische Kommunikationsstrukturen mikropolitisch unterminieren und sogar die Unternehmenskultur negativ prägen – mit entsprechenden dysfunktionalen ökonomischen, sozialen und individuellen Konsequenzen.

Aus der kritischen Analyse der verschiedenen Störungspotenziale der E-Mail-Kommunikation leitet Prof. Dr. Zeichhardt konkrete „Goldene Regeln“ ab, deren Berücksichtigung dazu beitragen kann, die virtuelle Kommunikation in der Praxis zu verbessern.

Für alle, die mehr über die Fallstricke und Lösungsmöglichkeiten der E-Mail-Kommunikation erfahren möchten: Die Publikation erscheint im vierten Quartal 2013 in dem von Günter Bentele, Manfred Piwinger & Gregor Schönborn herausgegebenen Standardwerk „Kommunikationsmanagement – Strategien, Wissen, Lösungen“.



© Julien Eichinger - Fotolia.com

„DIE MOSAIK-BIOGRAFIE“

4. Innovationssymposium für den Mittelstand an der BSP

Mit dem „4. Innovationssymposium für KMU“ im Juni 2013 am Campus Neuruppin konnte die BSP Business School Berlin Potsdam den erfolgreichen Dialog der letzten Jahre zwischen mittelständischen Unternehmern, Hochschulvertretern und Akteuren der Wirtschaftsförderung fortführen.

Unter den Bedingungen der globalen und zunehmend digitalisierten Märkte kommen auf Management und Mitarbeiter in den kommenden Jahren erhebliche Herausforderungen zu. Auch kleine und mittlere Unternehmen können sich diesen Themen nicht entziehen. Vor diesem Hintergrund fand das Innovationssymposium diesmal unter dem Thema „Zukunft der Arbeitswelt-Herausforderungen für Unternehmer und Mitarbeiter“ als dialogorientierte Veranstaltung mit kurzen, zukunftsorientierten Vorträgen, einem interessanten Podium und der Möglichkeit des direkten Austauschs statt.

Die rege und zahlreiche Beteiligung insbesondere von Unternehmern zeigt, dass die Themenwahl einen Nerv getroffen hatte. Das Schlüsselreferat hielt die prominente Arbeitswissenschaftlerin und Ökonomin Frau Prof. Dr. Jutta Rump vom Ludwigshafener Ibe Institut für Beschäftigung und employability. Frau Rump ist eine gefragte Expertin für die Einordnung der „Generation Y“ auf den Arbeitsmärkten der Zukunft und konnte mit ihrem spannenden Vortrag „Faktor Mensch-Kompetenzen der Zukunft“ den Blick auf das schon heute aktuelle Thema Beschäftigungsfähigkeit schärfen. Die klare Botschaft: Jedes Unternehmen muss sich darauf einstellen, dass die nachwachsende Führungskräftegeneration (Generation Y) vollkommen andere Ansprüche an die Arbeitskultur stellt: Hin zu mehr Work-Life-Balance, zu mehr Eigenverantwortung, zu mehr Kommunikation, weg von klassischen Hierarchien. Die sogenannte „Mosaikbiografie“ mit ganz verschiedenen Kompetenzen und beruflichen Stationen wird die klassische lineare Berufsbiografie ablösen.

In der anschließenden Podiumsdiskussion konnte diese Entwicklung von den mittelständischen Unternehmern Rüdiger Hannaleck (TES Frontdesign GmbH) und Karsten Süß (HUCH GmbH Behälterbau) grundsätzlich bestätigt und um interessante Aspekte für Rekrutierung, Entwicklung und Bindung von Mitarbeitern aus Unternehmersicht ergänzt werden. Dr. Robert Daubner von der BSP Business School Berlin Potsdam ergänzte dieses Bild um frische Eindrücke eines Ausflugs in das Silicon Valley. Dr. Daubner machte deutlich, dass gerade junge Mitarbeiter in den Unternehmen des Silicon Valley nicht mehr bereit sind, hierarchische Strukturen zu akzeptieren und der Spaß an der Arbeit ein erheblicher Erfolgsfaktor ist.



NEUES
AUS DEM INTERNATIONAL OFFICE

REISE INS ZENTRUM DER DIGITALEN INNOVATIONEN

BSP Career Center Team trifft sich im Silicon Valley mit Unternehmen

Das Team checkte im Hotel im Norden von San Francisco ein und begann seine einwöchige Reise durch das Valley. Völlig übermüdet wurde noch mal das Programm für die nächsten Tage durchgegangen. Auf dem Terminplan standen Besuche bei Facebook, Mercedes Benz, InternMatch, FoundersNetwork, Eventbrite, Indiegogo, Cooliris und der Stanford University an. Außerdem war das Team auf der MLOVE Konferenz in Monterey, wo die neusten Produkttrends zum Thema „Future of mobile“ präsentiert wurden. Drei Highlights unserer Tour möchten wir Euch nun vorstellen, zum Ziel, neue Kooperationspartner für Praktika zu gewinnen.

Das erste Highlight auf der Reise war das Treffen mit Kevin Holmes vom FoundersNetwork. Das FoundersNetwork ist DAS Netzwerk für Tech Startups im Silicon Valley und hat Zugang zu fast allen Gründern. Bei Kaffee und Donuts wurde in der „Creamery“ über Startups geredet, die ebenfalls, wie decide.com, Daten zu Konsumtrends und Empfehlungen nutzen. Es wurde über eine längere Kooperation nachgedacht, wo das FoundersNetwork hilft, weltweit relevante Startups als Unternehmenspartner ausfindig zu machen.

Das nächste Highlight war der Besuch auf dem Campus der Stanford University in Palo Alto. In Stanford ist „Trend Research“ ein großes Thema, welches in diversen Labs und Think Tanks angegangen und Lösungen mit der Design Thinking Modell (d.school) gesucht werden. Auch hier streben wir mittelfristig eine Kooperation an.

Das dritte Highlight war die Konferenz MLOVE zum Thema „Future of mobile“ in Monterey auf dem Asilomar Conference Ground. Ca. 3 Stunden von San Francisco entfernt, hat sich die digitale Avantgarde aus Nordamerika getroffen und die Produkttrends für das kommende Jahr vorgestellt und Visionen in interaktiven Workshops diskutiert. Wir haben dort u.a. Vertreter von Microsoft, AT&T, Mercedes Benz, Swiftkey, Samsung und der Singularity University getroffen und mögliche Kooperationen besprochen. Ein besonderes Highlight war Samsung mit seiner Zukunftsidee von der Konvergenz aller Geräte, die wir im Alltag verwenden und auch hier Unmengen an Daten über Nutzer und Produkte produzieren, die sinnvoll synchronisiert werden müssen.

Nach der Woche intensiven Austauschs mit Unternehmen, ergaben sich tolle neue Ideen und Leads, die in den nächsten Jahren weiter verfolgt werden. Vertreter von Mercedes Benz und Cooliris haben schon den Campus der BSP und MSH auf ihren Trips durch Deutschland besucht, unsere Studenten beraten und aufgefordert, sich nach Kalifornien zu bewerben.



BUSINESS- UND STUDIENAUSTAUSCH MOSKAU – BERLIN

Moscow State Academy meets BSP

Im Sommersemester 2013 war im Rahmen eines Student Exchange Programs erneut eine Gruppe Studierender aus Moskau zu Gast an der BSP. Die „MSABA – Moscow State Academy of Business Administration“ ist eine Partnerhochschule der BSP, mit der regelmäßig bilaterale internationale Exkursionen organisiert werden. Unter der Leitung von Prof. Dr. Herbert Fitzek, Prof. Dr. Rainer Zeichhardt, Dr. Natalia Chionova und Gemina Picht wurde ein umfassendes Programm organisiert. Neben spannenden inhaltlichen Workshops zu wirtschaftlichen und interkulturellen Themen gab es im Rahmen von Sightseeing-Touren in Berlin und informellen Gesprächen viele Möglichkeiten des interkulturellen Netzwerkens.

An den offiziellen Teil des Austauschprogramms anschließend fand das legendäre Fußballturnier „Cup der Privaten“ statt, bei dem sich die interkulturelle Teamarbeit von Studierenden der BSP, MSB und MSABA schon bei den gemeinsamen erfolgreichen Fußballspielen auf dem Court gezeigt hat. Die Woche endete mit den Partys im Rahmen des „Cups der Privaten“ im „Spindler & Klatt“, „Adagio“ und „Felix“ – ein fulminantes Finale eines intensiven internationalen Austauschprogramms, an das sich viele Studierende aus Moskau und Berlin noch heute gerne erinnern.



„Je früher man sich kennenlernt, umso höher sind die Chancen einer guten gegenseitigen Passfähigkeit.“

Gabor Beyer von BTO Management Consulting über Karriere in der Unternehmensberatung

Herr Beyer, wie sind Sie in der Beratungsbranche gelandet?

Ich konnte während des Studiums ein Praktikum bei PWC leisten. Das Praktikum lief sehr gut, daher bot mir PWC einen direkten Einstieg nach dem Studium an. Da mich die Tätigkeit auf verschiedenen Projekten reizte, bin ich dann innerhalb der PWC in die Unternehmensberatung eingestiegen, wo ich sofort bei spannenden Projekten unterstützen konnte.

Wie sieht denn in der Beratungsbranche insgesamt die Nachwuchssituation aus? Gibt es Engpässe?

Die Beratungsbranche unterliegt zwar auch gewissen Zyklen, ist aber alles in allem recht stabil. Beratungsunternehmen suchen immer nach den Besten der jeweiligen Jahrgänge, die ja regelmäßig in den Bewerbermarkt stoßen. Derzeit stellen wir fest, dass die Qualität der Bewerber generell sehr gut ist und besonders durch Referenzen im Ausland – zusätzlich zu den Abschlüssen in Deutschland – geprägt ist.

Welche Mitarbeiterkompetenzen sind in Ihrem Unternehmen besonders gefragt und worauf legen Sie persönlich besonderen Wert?

Basis ist immer eine fundierte Ausbildung und ein herausragender Hochschul- oder Uniabschluss (unabhängig von der Fachrichtung) sowie „Wettbewerbsvorteile“ gegenüber anderen Kandidaten wie z.B. eine vierte oder fünfte Fremdsprache, Auslandspraktika oder -studien, außeruniversitäres Engagement. Unabdingbare persönliche Voraussetzungen sind ausgeprägter Teamgeist, hohe Belastbarkeit und Anpassungsfähigkeit und örtliche Flexibilität. Für mich persönlich ist die Chemie sehr wichtig und ich interessiere mich für den nicht so geradlinigen Lebenslauf; letztlich muss ich mir vorstellen können mit dem Kandidaten auch mehrere Wochen lang 16 h Tage gemeinsam an einem Thema zu arbeiten – und dabei den Spaß nicht zu verlieren.

Warum ist Ihnen die Zusammenarbeit mit einer Hochschule wie der BSP wichtig, was versprechen Sie sich davon?

Für uns ist es sehr wichtig, die Kandidaten bereits sehr früh kennenzulernen und ggf. Studenten schon während des Studiums bei unseren Beratungsprojekten zu integrieren. Je früher man sich kennenlernt, umso höher sind die Chancen einer guten gegenseitigen Passfähigkeit. An der BSP gefällt uns besonders der praxisbezogene Ansatz der Ausbildung. Wir haben bereits Absolventen der BSP eingestellt und sind mit der Zusammenarbeit sehr zufrieden.

Gabor Beyer ist Vorstand und Partner bei der BTO Management Consulting AG, einer Beratungsgesellschaft mit dem Schwerpunkt Energie und Infrastruktur. BTO und BSP arbeiten zusammen im Bereich Gründerberatung und Branchenforschung.

Infos unter www.bto-consulting.com



„Kontakte schaden nur dem, der keine hat.“

Sebastian Müller vom Verband DIE FÜHRUNGSKRÄFTE über moderne Arbeitsverträge für Führungskräfte

Herr Müller, was ist der Verband „DIE FÜHRUNGSKRÄFTE“ eigentlich?

DIE FÜHRUNGSKRÄFTE – DFK ist der Berufsverband für Fach- und Führungskräfte und vertritt bundesweit rund 25.000 Mitglieder des mittleren und höheren Managements. Der DFK unterstützt Karrieren, gewährt Rechtsschutz, unterbreitet Weiterbildungsangebote und verfügt über ein weit verzweigtes Netzwerk. Unsere Kernthemen sind Arbeitsrecht und Arbeitsmarktpolitik, Sozialrecht und Sozialpolitik oder Steuer- und Bildungspolitik sowie branchenspezifische Themen, etwa aus den Bereichen Energie, Metall/Elektro, Stahl oder Telekommunikation. Geschäftsstellen finden sich in Hamburg, Berlin, Essen, Köln, Frankfurt, Stuttgart und München.

Was bietet der Verband seinen Mitgliedern?

Eine umfassende Karriereunterstützung: Beratungsleistungen für den beruflichen Ein- und Aufstieg, Seminare und kostenfreien juristischen Service durch unsere spezialisierten Anwälte, auch präventiv. Unseren jüngeren Mitgliedern bieten wir beispielsweise: Check der Zeugnisse und Bewerbungsunterlagen, Prüfung des Arbeitsvertrages, eine Vergütungsberatung, unsere Gehaltsumfrage und unser Netzwerk inklusive einem online-Mentoring-Programm. Regional bieten wir neben den Beratungen zudem Veranstaltungen, auch für jüngere Mitglieder (Young Leaders), weibliche Führungskräfte und Geschäftsführer.

Sehen Sie im Bereich Nachwuchsführungskräfte Engpässe?

Die demographische Entwicklung wird auf jeden Fall dazu führen, dass es einen Mangel an Führungskräften geben wird. Die gute Nachricht: Hier entstehen gerade für die junge Generation viele Chancen eine Karriere einzuschlagen, die zu ihnen passt und die ihnen auch Spaß macht. Aber auch darauf muss man sich vorbereiten, damit sich kein Frust breit macht. Niemand will Ärger im Traumjob. Zudem wird es natürlich nach wie vor Wettbewerb geben.

Warum kooperieren Sie mit einer Hochschule? Was versprechen Sie sich davon?

Wir stellen fest, dass Studierende sich viel zu wenig tatsächlich mit Ihrem Berufseinstieg beschäftigen. Wir möchten ihnen helfen, sich sehr praktisch hierauf vorzubereiten: Ob es das Zeugnis ist, die Bewerbungsunterlagen oder der erste Arbeitsvertrag – hier kann viel falsch laufen, wenn man nicht aufpasst. Und dies kann man schwerlich wieder aus der Welt schaffen. Als Verband haben wir hier die Erfahrung, die man als Einsteiger braucht. Studierenden und Nachwuchsführungskräften in den ersten 3 Jahren bieten wir eine Mitgliedschaft für 10 Euro bzw. 90 Euro im Jahr, womit alle unsere Leistungen

abgedeckt sind. Hinzu kommt, dass wir den Austausch mit der Wissenschaft in Führungsfragen suchen – und die BSP ist hier ein wichtiger Ansprechpartner.

Was raten Sie unseren Studierenden zum Berufseinstieg?

Netzwerke kann man gar nicht genug haben. In der Tat ist es so: Kontakte schaden nur dem, der keine hat. Dabei sollte man aber, wenn es um den Berufseinstieg geht, mit Bedacht vorgehen und die im Studium schon geknüpften Kontakte weiter pflegen. Bei der Bewerbung selbst gibt es viel zu beachten, das Wichtigste aber ist mit guter Planung und Sorgfalt heranzugehen: jedes Schreiben, jeder Anruf, jedes Gespräch ist eine erste Arbeitsprobe. Dies unterschätzen viele Studierende. Der Verband und auch Mentoren können helfen, einen guten Einstieg zu finden und die ersten Tage im Job zu meistern.

Sebastian Müller ist stellv. Hauptgeschäftsführer des Verbandes DIE FÜHRUNGSKRÄFTE. Der Verband und die BSP Business School Berlin Potsdam arbeiten zusammen im Bereich Führungskräftecoaching und Nachwuchsmanagement-Beratung.

Infos unter www.die-fuehrungskraefte.de

DIE FÜHRUNGSKRÄFTE



„In Zukunft wird das Paradigma des „Lebenslangen Lernens“ Grundlage der Arbeitswelt sein.“

Prof. Dr. Christoph Lattemann von der Jacobs University über Lernen in der digitalen Zukunft

Wie schätzen Sie die Zukunft des Lernens und Lehrens in der digitalen Zukunft ein?

Die Lehre wird sich in den kommenden Jahren deutlich ändern. Tatsächlich sind die Lernenden schon in der digitalen Zukunft, leider noch nicht die Hochschulen. Die sogenannten MOOCs (Massive Open Online Course) stellen einen Trend dar, der die digitale Lehre in Hochschulen verändern wird. Zwei weitere Trends, auf die sich die Hochschulen einrichten müssen, zeichnen sich ab. Erstens werden Lernende in Zukunft mobile Medien aktiv in der Lehre nutzen (auch in Vorlesungen und Seminaren). Dies hat zur Folge, dass die Lernenden immer informierter werden. Lehrende werden entsprechend in Zukunft mehr Kompetenzen vermitteln müssen und weniger Inhalte. Zweitens wird es einen Trend zur mobilen Lehre geben. Das Stichwort ist hier: Mobile Apps.

Was glauben Sie, welche Erwartungshaltung an ein Studium und an die Hochschule haben zukünftige Studierende?

Technologisch müssen Lehrinhalte in Zukunft komplett mobil zugänglich werden. Lehrende müssen ihre didaktischen Fähigkeiten in Richtung Moderation und Coaching erweitern, weil die Aneignung von Inhalten durch die Lernenden selbst in kollaborativer Arbeit im Internet erfolgen wird.

In unserem Projekt „Future of Education“ haben ja auch Studierende der Jacobs University teilgenommen. Warum nehmen Studierende aus Ihrer Sicht solche Zusatzbelastungen auf sich?

Durch solche Projekte können Studierende ihr gelerntes Wissen einsetzen und in einer kompetitiven, aber risikolosen Umgebung testen. Die Lernenden haben heute begriffen, dass es nicht mehr darum geht, Lehrinhalte auswendig zu lernen und am Prüfungstag abzurufen. Aktive Anwendung des Erlernten steht im Mittelpunkt. Insofern werden solche Projekte als Teil des Studiums gesehen.

In diesem Jahr beschäftigte sich „Future of Education“ damit, welche Kompetenzen Studierende in der digitalen Welt ausbilden müssen. Was könnten denn aus Ihrer Sicht weitere spannende Themen für das Projekt sein?

In Zukunft wird das Paradigma des „Lebenslangen Lernens“ tatsächlich Grundlage der Arbeitswelt sein. Auch Arbeitnehmer müssen sich permanent weiterbilden, um Erfolg im Beruf zu haben. Deswegen stellt sich für mich als eine interessante Frage, wie „effektives Studieren durch Lerngruppen im Sozialen Web im Berufsleben“ umsetzbar ist. Wie können wir garantieren, dass Lernende über alle Generationen hinweg mit dem technologischen Fortschritt konstant schritthalten können? Heute erleben wir einen sogenannten Digital Divide. Dies be-

schreibt den Fakt, dass es Personengruppen (meist ältere Leute) gibt, die komplett von der digitalen Welt abgeschnitten sind (Non-User). Die heutige junge Generation nennen wir „Digital Natives“, weil sie mit den neuen Medien aufgewachsen ist und Internet-Technologien in ihr tägliches Leben integriert haben. Wie aber sieht es in 20 Jahren aus? Wenn die technologische Entwicklung so weitergeht wie in den letzten 20 Jahren, werden die heutigen „Digital Natives“ wahrscheinlich so wahrgenommen, wie die Non-User heute.

Prof. Dr. Christoph Lattemann ist Professor für Business Administration and Information Management an der Jacobs University Bremen. Jacobs University und BSP arbeiten zusammen im Bereich Creative Thinking und Design Thinking.

Infos unter www.jacobs-university.de



„The need to focus on international educational aspects is essential.“

Kees Spijker von The New School Amsterdam über Qualitätssicherung im Hochschulwesen

Das Thema Akkreditierung begleitet uns als deutsche Hochschule ständig. Gibt es in den Niederlanden ein vergleichbares Akkreditierungssystem?

In the Netherlands every University of Applied Sciences is subject to accreditation every six years. The NVAO (Netherlands Flemish Accreditation Organization), which has a government mandate, measures institutes and curricula using sixteen standards. Results can be insufficient, sufficient, good and excellent. This year TNS was rewarded the predicate ‚good‘ by the visitation committee which only happens in about ten percent of the cases. In order to reach ‚excellence‘ the focus on international elements will have to increase. Which is why our working together is so relevant. Having a system like this is very good since it constantly keeps you aware of the necessary quality, innovations in the working field and adjusting the curriculum according to new developments. Having both to perform according to severe criteria also means a guarantee for BSP and TNS quality alike.

The New School und die BSP unterstützen sich im Akkreditierungsprozess ja gegenseitig. Welche Bedeutung hat für die TNS die Zusammenarbeit mit der BSP im Rahmen einer Akkreditierung?

Mutual support during the accreditation process has proven to be important. The need to focus on international educational aspects is essential. As has been said in the answer to the first question the accreditation level of excellence can be reached only when international orientation, cooperation and projects are successfully implemented. The fact that both directors participated in each other accreditation process was proof for the visitation committees that our partnership goes further than paper.

Für Studierende aus Deutschland ist Amsterdam ein sehr attraktiver Standort für ein Auslandssemester. Wie ist es denn umgekehrt? Wollen Eure Studierenden nach Berlin?

Berlin is a popular city amongst Dutch students. Ours included. Last year’s visit of a small group to BSP was a great success. The New School strategy aims at offering modules in English within the next two years, preferably starting September 2014, and this will offer students from other countries the opportunity to study in Amsterdam for a while. Vice versa, it would certainly be worthwhile for our students to go to Berlin in order to attend lessons. Second half of the third year of our curriculum would fit well. Although a number of students can understand German, results of education would increase if colleagues would be in English.

Kees, wie würden Sie sich weitere Schritte unserer Kooperation in der Zukunft vorstellen?

A number of opportunities. e.g. with the help of the BSP we could organize an intense crash course German (business) language for

our students or as a post graduate course. We could look further into exchange programs, guest lectures, traineeships and cross border projects. On a marketing level, we both could stress the relative easy and flexible ways we can organize high quality programs precisely because we both are institutions offering privately funded education and in this way can sell our strengths. We could experiment with innovative ways of education. We could look for programs or projects with other European partners. Since Germany and the Netherlands have been long standing trade partners we could facilitate marketing communication activities, or develop and market marketing communication products/services through funding a little company run by students.

Kees Spijker ist Direktor der New School Amsterdam, einer Management- und Kommunikationshochschule. New School und BSP arbeiten zusammen im Bereich Studierenden- und Dozenten austausch.

Infos unter www.thenewschool.nl



CAMPUS-LEBEN

Brief der BSP-Absolventin Sophia Rödiger

Hallo liebes BSP-Team,

ich hoffe, ich erreiche Sie unter dieser E-Mail-Adresse, man erlebt ja ordentlich Bewegung in Sachen BSP. Und wie ich sehe, hat sich mit dem Umzug im letzten Jahr unser sehnlischer Berlin-Wunsch erfüllt... am liebsten würde ich einfach weiterstudieren...

Dabei darf ich mich seit diesem April nun erfolgreiche Masterabsolventin nennen und habe in der Phase der Masterarbeit mehr als nur einmal an die tolle Unterstützung meiner Bachelorarbeit denken müssen. Dieses Mal musste ich mich allein durch meine Studie kämpfen, was vor allem daher sehr schwer war, da ich unbedingt qualitativ forschen wollte. Nichtsdestotrotz war es eine erfolgreiche Studie zur Netzwerkfähigkeit der Manager international agierender Unternehmen. Auch dieses Mal habe ich die Kontakte aus dem Studium ins Management der Daimler AG genutzt und wirklich unglaublich spannende Tiefeninterviews geführt. Ich musste mich zügeln, um es für die BWLer verständlich zu halten. Meine Prägung durch die BSP kann mir aber keiner nehmen und somit habe ich mit dem psychologischen Touch überzeugen können. Zur Zeit grüße ich Sie vom anderen Ende der Welt: Ich bin für ein viertel Jahr nach Auckland gezogen und mache hier ein Praktikum. Da die Zeit aber überall rast, bin ich schon fast am Ende und beginne ab dem kommenden Wochenende vier Wochen Rundreise. Es ist eine absolut bereichernde Erfahrung, in einer anderen Kultur zu leben und vor allem auch mit diesen Menschen zu arbeiten - wirklich spannend! So, hier mache ich mal einen Punkt... und hoffe von Ihnen zu hören, wie es Ihnen so geht, was Sie jetzt so machen. Und vielleicht erlaubt es Ihre Zeit, sich einmal zu treffen, wenn ich zurück bin?!

Viele liebe Grüße aus Auckland, Sophia

Brief des BSP-Absolventen Ulf Schrader

Liebes BSP-Team, liebe BSP-Kommilitonen,

im vergangenen Sommer 2012 habe ich mein Bachelorstudium mit Schwerpunkt Mittelstandsmanagement erfolgreich abgeschlossen mit einer Arbeit zum Thema Management und Geschäftsmodelle von erneuerbaren Energien. Während des Studiums habe ich bei einem kommunalen Energieversorger gearbeitet. Seit Juni 2012 bin ich Vertriebsleiter bei einem sehr erfolgreichen Mittelständler im Bereich Erneuerbare Energien und Projektentwicklung, der Prima Solar. Das Unternehmen hat ca. 50 Mitarbeiter. Das Team besteht aus Projektplanern, Finanzierungsexperten, Baufachleuten und Handwerkern und bietet den Kunden einen Rundumservice bei der Finanzierung und Installation von PV-Anlagen und beim Bau von Solar-Häusern. Bei Prima Solar bin ich unmittelbar beteiligt an der strategischen Unternehmensentwicklung, der Markenbildung und Kommunikation, der Projekt- und Produktentwicklung. Als Vertriebsleiter bin ich natürlich maßgeblich verantwortlich für Beratung und Verkauf. Die praktische Erfahrung im Berufsleben lässt sich zwar nicht ersetzen, aber dennoch hat mir die Hochschule während des Studiums ein sehr gutes Rüstzeug für meine Karriereentwicklung an die Hand gegeben. Da wir ein sehr dynamisches junges Unternehmen sind, haben wir auch ständig Bedarf an Praktikanten. Wer sich also für das Thema Erneuerbare Energien interessiert, kann mich gerne direkt ansprechen unter schrader@primasolar.de.

Viele Grüße
Ulf Schrader



Statement der BSP-Absolventin Jana Hartmann

Im Sommer 2012 habe ich mein Managementstudium an der BSP abgeschlossen. Beruflich angekommen bin ich als Assistentin der Geschäftsführung bei der HUCH GmbH Behälterbau. Huch ist ein führender Mittelständler im Bereich Hochdruckbehälter, hat seinen Sitz in Werder vor den Toren Berlins und betreibt Niederlassungen in den USA und in China. Kontakt zur HUCH GmbH Behälterbau bekam ich bereits im ersten Projektstudium als Pflichtmodul an der BSP. Zu dieser Zeit konnte ich erste Erfahrungen im Bereich Controlling sammeln. Von der Geschäftsleitung wurde ich beauftragt eine interne Untersuchung zu den erstellten Gutschriften durchzuführen. Dazu wurden mir vom Unternehmen alle nötigen Informationen zur Verfügung gestellt und die nötige Unterstützung gewährt. Nach dem Projektstudium bekam ich dann die Möglichkeit weiter im Unternehmen als Werkstudentin tätig zu sein. Dadurch ist mir die Entscheidung das 2. Projektstudium ebenfalls bei HUCH zu absolvieren leicht gefallen. In meiner Zeit als Werkstudentin und der Projektstudienphase habe ich in Zusammenarbeit mit der Geschäftsleitung ein Controllingsystem aufgebaut. Einige der Controllingaufgaben wurden vorher hauptsächlich vom Prokuristen übernommen. Meine Bachelorarbeit habe ich ebenfalls im Unternehmen geschrieben. Der Prokurist der HUCH GmbH, Karsten Süß, hatte sich als Zweitgutachter zur Verfügung gestellt.

Unmittelbar nach Abschluss meines Studiums im Sommer 2012 wurde ich dann als Assistentin der Geschäftsleitung eingestellt. Zu meinen Aufgaben gehört weiterhin die Betreuung des von mir aufgebauten Controllingsystems. Dies nimmt aber nur einen Teil meiner Zeit in Anspruch. Den überwiegenden Teil bin ich mit vielseitigen und spannenden administrativen Aufgaben beschäftigt. Zudem wurde mir die kaufmännische Leitung (CFO) unserer Tochterfirma in den USA übertragen, deshalb bin ich auch häufig in den USA. Heute verstehe ich mich als interne Beraterin der Geschäftsleitung bei den meisten strategischen und operativen Entscheidungen. Mein Managementstudium an der BSP war für mich eine ideale Vorbereitung auf ein äußerst vielseitiges, herausforderndes und interessantes Berufsleben. Als Absolventin stehe ich allen Kommilitonen meiner (ehemaligen) Hochschule gerne für Karrieretipps zur Verfügung. Unter j.hartmann@huch.com bin ich für Euch zu erreichen.

Florina Linke über ihre Firma und ihr Studium an der BSP

Mit meinem Studium an der BSP Business School Berlin Potsdam habe ich mir die fachliche Grundlage geschaffen, Unternehmen in Bezug auf psychologische Fragestellungen wissenschaftlich und strukturiert zu untersuchen. Gemeinsam mit einem Kommilitonen aus dem Studiengang Kommunikationsmanagement gründete ich Anfang 2011 eine Firma. Mit unserem Portfolio fokussieren wir uns auf sogenannte „weiche Erfolgsfaktoren mit harten Folgen“, dazu gehören insbesondere Kultur und Image des Unternehmens, Markenwirkung, Markt- und Trendforschung, Employer Branding, Konsum- und Krisenpsychologie.

Uns faszinierte die Idee, die Stärken beider Studiengänge zu verknüpfen - die analytischen Stärken der Wirtschaftspsychologie und die unternehmensnahe Umsetzung kommunikativer Maßnahmen.

Heute berät die Linke Advisors GmbH eine Bandbreite verschiedenster Unternehmen. Unsere Tätigkeit ist spannend und vielfältig. Ob Markenwirkung von Vapiano, Unternehmenskultur von Fitness First oder strategische Neuausrichtung einer sozialpolitischen Organisation, jedes Projekt ist einzigartig. Mein persönliches Lieblingsprojekt war letztes Jahr bei ProSiebenSat.1 Media - ein Medienkonzern ist natürlich das Paradies für eine Wirtschaftspsychologin.

WIR LIEBEN (HOCHSCHUL-) SPORT

Sportangebote an der BSP

Seit dem Sommersemester 2013 wurde unter Begleitung von Dr. Thomas Teubel ein umfangreiches Sportprogramm an der BSP etabliert. Der Sport soll nicht nur die Gesundheit fördern, sondern auch die Gemeinschaft und das „Campus-Feeling“ der Hochschulen BSP Business School Berlin Potsdam und MSB Medical School Berlin stärken. Durch vielseitige Sportangebote haben die Studierenden die Möglichkeit, sich aktiv und abwechslungsreich sportlich zu betätigen und neue kurs- und schulübergreifende Kontakte zu knüpfen. Kurz: Sport ist gesund, ausgleichend, verbindend, unpolitisch, teambildend und spaßig!

Die Villa Siemens bietet zahlreiche Möglichkeiten, sportlich aktiv zu werden. Dazu steht der hochschuleigene Park mit Beachvolleyballplatz ab sofort, sowie ein Fitnessraum mit verschiedensten Geräten im Hochschulkeller oder ein Gymnastikraum für An- und Entspannungsaktivitäten wie Yoga, Pilates, Meditation oder Ähnliches in Kürze zur Verfügung. Alle Sportgeräte sind im Teehaus auf dem Campus gelagert und können dort gegen die Vorlage des Studierendenausweises ausgeliehen werden. Das Ausleihen von allen Sportgeräten wird vom Studierendenrat koordiniert und kann in den Pausen zwischen den Lehrveranstaltungen passieren. Zur Auswahl stehen Kubb, Boccia, Badminton, Speedminton, Volleyball + Netz und Tischtennis. Gerne erweitern wir unser sportliches Sortiment bei Bedarf. Vorschläge nimmt der Studierendenrat entgegen. Alle Informationen und Aktuelles rund um das Thema Sport, aktuelle Kurse und Infos über Sportreisen findet man auf der BSP-Website und an der Sportpinnwand im Hochschulgebäude.

Wettkampfsport an der BSP

Herausforderungen gewünscht oder einfach nur Spaß am Dabeisein? Die BSP ist als Hochschule unter anderem Mitglied im adh (Allgemeiner Deutscher Hochschulsportverband e. V.). Das eröffnet Studierenden die Möglichkeit, an unterschiedlichsten Wettkämpfen teilzunehmen. 50 Wettkampfveranstaltungen in mehr als 30 Sportarten sind im Angebot. Bei den jeweiligen Deutschen Hochschulmeisterschaften, den Deutschen Hochschulpokal-Veranstaltungen und den adh-Open können unsere Studierenden als Team der Hochschule antreten. Zum Anmeldeverfahren: Im Kalender sind sämtliche adh-Veranstaltungen mit Ausschreibung, alle relevanten organisatorischen Informationen wie der Austragungsort, Beginn und Ende der Veranstaltung, Unterkunftsmöglichkeiten etc. enthalten, zum Download eingestellt. Die Anmeldung der Teilnehmer kann nur zentral durch das zuständige Hochschulsportbüro vorgenommen werden. Dazu melden sich die Interessenten bitte persönlich bei Herrn Dr. Teubel.



SPORTHIGHLIGHT DES JAHRES: CUP DER PRIVATEN

Europameisterschaft der privaten Hochschulen

Die BSP Business School Berlin Potsdam ist mit ihren Partnerschulen MSB Medical School Berlin und der MSH Medical School Hamburg offizieller Sponsor eines der spannendsten Soccer-Events für Studierende in Europa – dem Cup der Privaten. Beim Cup der Privaten treffen sich jährlich Studenten aus ganz Europa in Berlin, um auf dem Fußballfeld gegeneinander anzutreten. Neben dem Sportgeist steht durch ein dreitägiges Unterhaltungsprogramm auch der Spaßfaktor und der internationale Austausch ganz im Vordergrund. Sowohl die BSP, als auch die Partnerhochschulen MSB und MSH waren in diesem Jahr mit mehreren, zum Teil sehr erfolgreichen Teams vertreten. Auch in 2014 werden sich unsere Hochschulen wieder mit eigenen Teams und als Sponsor an diesem absolut ungewöhnlichen Event beteiligen. Informationen hierfür erfolgen rechtzeitig auf unserer Website.

Informationen und Impressionen zum Cup der Privaten unter www.cupderprivaten.de



GRÜNDERCAMPUS: SERVICEPLATTFORM FÜR EXISTENZGRÜNDER

Der GründerCampus der BSP hilft auf dem Weg in die Selbständigkeit

Der BSP-GründerCampus ist eine Serviceplattform für alle Studierenden und Absolventen der BSP Business School Berlin Potsdam, die eine eigene Geschäftsidee entwickeln und umsetzen wollen. Eine ganze Reihe von Studierenden und Absolventen nehmen das Angebot bereits in Anspruch. Der GründerCampus berät und begleitet Studierende mit BSP-Professoren, externen Mentoren und erfolgreichen BSP-Absolventen von der ersten Ideenprüfung über die Entwicklung des Businessplans bis hin zur Gründung und Finanzierung eines Startups.

Der GründerCampus integriert folgende Bausteine:

- Workshop zur Ideenentwicklung
- Gründer-Check zur Eignung der Idee und der Gründerpersönlichkeit
- Begleitung bei der Businessplan-Entwicklung
- Beratung bei Vertrieb und Marketing
- Netzwerk: Kontakt und Dialog mit anderen Gründern
- Finanzierungsberatung und Kontakt zu Business Angels
- Öffentliche Präsentation vor Business Angels und Venture Capital Partnern

Einmal jährlich im November bekommen Studierende die Möglichkeit, ihre Ideen an unserer Hochschule vor ausgewählten Business Angels und potenziellen Finanzierungspartnern zu präsentieren. Interessenten informieren sich bitte auf der BSP-Website oder melden sich im Career-Center bei Dr. Robert Daubner.



© Rudie - Fotolia.com

Die Hochschule mitgestalten – Mitgliedschaft im Studierendenrat



Die BSP hat einen sehr aktiven Studierendenrat (StuRa). Sie sind bereits Studierende an der BSP und haben Fragen oder Anregungen, möchten Themen diskutieren, anstoßen oder Ideen äußern? Dann wenden Sie sich doch einfach an den Studierendenrat der BSP Business School Berlin Potsdam oder – besser noch – werden Sie selbst aktives Mitglied im Studierendenrat.

Der StuRa besteht aus sechs bis sieben Studierenden der Hochschule. Was ist unsere Aufgabe? Der Studierendenrat vertritt die Gesamtheit der Studierenden der Hochschule und ist Organ für fachliche, soziale und kulturelle Belange der Studierenden. Dabei finden ca. alle vier Wochen Meetings statt, in denen u.a. Veranstaltungen geplant, soziale Projekte angestoßen oder schulspezifische Themen diskutiert werden. Daraus ergeben sich thematische Teams wie z.B. das Event-Team, das Sport-Team, das Kommunikations-Team oder das Berufungs- und Prüfungsteam, die sich für die Bedürfnisse der Studierenden einsetzen und von engagierten Studierenden mit Unterstützung werden. In Form eines regelmäßigen „Round Tables“ werden während des Semesters die relevanten Themen der Studierenden gemeinsam mit den Kommilitonen, der Hochschulleitung und dem Hochschulmanagement diskutiert.



Der erste Arbeitsvertrag von Führungskräften

Coaching für Studierende und Absolventen

Einige Studierende und Absolventen der BSP stehen entweder bereits im Berufsleben oder steuern in Ihrem Studium geradewegs darauf zu. Auf diesem Weg bietet die Hochschule regelmäßig eine wertvolle arbeitsrechtliche Unterstützung und ein hochkarätiges Coaching mit dem Titel „Der Arbeitsvertrag – worauf Sie achten sollten“ an. Es geht bei diesem Coaching sowohl um die formale Gestaltung eines Arbeitsvertrags als auch um die Verhandlung mit dem Arbeitgeber.

Folgende Inhalte wurden beim vergangenen Coaching im Juli 2013 behandelt:

- Der „perfekte“ Arbeitsvertrag: Gibt es den? Was macht ein Arbeitsverhältnis aus? Erste grundsätzliche Tipps!
- Besondere Formen: Befristung, Entsendevertrag, Führungskräfte-Dienstvertrag, Abgrenzungen
- Die wesentlichen Regelungen: Position, Kündigungsfristen, Vergütung, Arbeitszeit, Betriebliche Altersvorsorge, Wettbewerbsverbot, Fortbildungsklausel

Als Trainer konnten wir den Arbeitsrechtler Sebastian Müller gewinnen. Herr Müller ist stellvertretender Hauptgeschäftsführer und Jurist beim Verband DIE FÜHRUNGSKRÄFTE mit Sitz in Essen und Geschäftsstelle in Berlin und berät die Verbandsmitglieder in arbeitsrechtlichen Fragen. Ein weiteres Coaching ist für Februar 2014 vorgesehen. Die Einladung erfolgt über unsere hochschul-eigene Kommunikationsplattform „Trainex“.

CAMPUS-IMPRESSIONEN



Meike Stürmer
Studienorganisation
Studierendenservice
Prüfungswesen



Neu an Bord der BSP Business School Berlin Potsdam ist Meike Stürmer. Frau Stürmer unterstützt uns seit September im Hochschulmanagement. Sie ist für den Bereich Studienorganisation, Studierendenservice und Prüfungswesen zuständig.

Konkret heißt das für Studierende: Neben Frau Messner ist Frau Stürmer die Ansprechpartnerin für studentische Anliegen (zu Stunden- und Raumplan), Bescheinigungen, Anerkennungen von Leistungen, Erstellen von Leistungsübersichten und Zeugnisunterlagen sowie persönliche und telefonische Betreuung zu Prüfungsangelegenheiten.

Frau Stürmer kommt ursprünglich aus Braunschweig und hat an der Humboldt Universität zu Berlin ihren Bachelor of Arts in Erziehungswissenschaften gemacht. Weiterhin schließt sie zur Zeit ihren Master of Arts an der Humboldt Universität zu Berlin ab. Ihr Wissen und Können aus ihrem Vertriebsfach Erwachsenenbildung/Weiterbildung setzte sie bereits in diversen Projekten als Werkstudentin ein.

Wir freuen uns, Frau Stürmer als neue Mitarbeiterin begrüßen zu können.

Hanna Prey
Career Center
Studierendenservice
Bewerbermanagement



Ebenfalls neu an Bord der BSP Business School Berlin Potsdam ist Hanna Prey. Frau Prey unterstützt uns seit September im Hochschulmanagement. Sie ist für den Bereich Career Center, Studierendenservice und Bewerbermanagement zuständig.

Konkret heißt das für Studierende: Frau Prey ist die Ansprechpartnerin für alle Anliegen im Career Center (Beratung, Praktika im In- und Ausland), sonstige studentische Anliegen sowie Management von Infoanfragen interessierter Studienbewerber.

Frau Prey kommt ursprünglich aus Sternberg und hat an der Stenden University Emmen in den Niederlanden ihren Bachelor of Commerce in Wirtschaftswissenschaften mit Schwerpunkt Marketing gemacht. An der Universidad Rey Carlos in Spanien verbrachte sie ein Auslandssemester und an der Groupe ESC Troyes - Champagne School of Management in Frankreich belegte sie einen Sommerkurs. Ihr Wissen und Können setzte sie bereits in diversen Unternehmen im Bereich Stadt- und Tourismusmarketing ein.

Wir freuen uns, auch Frau Prey als neue Mitarbeiterin begrüßen zu können.

Die BSP veranstaltet über das ganze Jahr eine Reihe von weiteren wissenschaftlichen Events, Workshops und offenen Vorlesungen. Hier eine Auswahl:

01.10. – 02.10.2013		Erstsemester-Tage mit buntem Programm
02.10.2013	09 – 12 Uhr	Feierliche Absolventenverabschiedung
02.10.2013	ab 18:30 Uhr	Festlicher Herbstball der BSP Business School Berlin Potsdam und der MSB Medical School Berlin
07.10.2013		Studienbeginn für alle Kurse
07.10. – 12.10.2013		Moses (nicht nur) für Manager Kunstcoaching-Workshop für Studierende
09.10.2013	16 – 18 Uhr	Workshop „Online Marketing“ Teilnehmerzahl ist auf 15 begrenzt. Kostenfrei, Anmeldung erforderlich
14.10.2013	von 09 – 16 Uhr	Tag der Kulturpsychologie
17.10.2013	von 17 – 18 Uhr	Meeting mit StuRa
17.10.2013	von 19 – 20.30 Uhr	Mind Innovation zum Thema „Infrastrukturmanagement“
24.10.2013		SEPA Workskop
26.10.2013	von 10 – 15 Uhr	Open Campus in der Villa Siemens
31.10.2013		Finissage „Kulturlandschaften“
01.11.2013		„Kleiner“ Round Table mit Nick Wright und Richard Young St.Martins
12.11.2013	von 10 – 14 Uhr	GründerCampus 2013 Studierende präsentieren ihre Geschäftsideen vor Business Angels
13.11.2013	16 – 18 Uhr	Workshop „Social Media“ Teilnehmerzahl ist auf 15 begrenzt. Kostenfrei, Anmeldung erforderlich

TERMINVORSCHAU WINTERSEMESTER 2013/2014 UND SOMMERSEMESTER 2014

14.11.2013	17 – 19 Uhr	Symposium „Internet und Gesundheit – die Rolle der digitalen Medien in der präventiven Medizin“
20.11.2013	von 18 – 19.30 Uhr	Berliner Denkanstöße zum Thema „Finanzen und Verantwortung“
21.11.2013	von 18 – 20 Uhr	Round Table StuRa
22.11. – 23.11.2013		Tagung „Behandlung als Kunst“ Ästhetische Perspektiven auf den therapeutischen Prozess
26.11.2013		Symposium „Changemanagement“
30.11.2013	von 10 – 15 Uhr	Open Campus in der Villa Siemens
05.12.2013	von 19 – 20.30 Uhr	Mind Innovation zum Thema „E-Mobility-Management“
04.12.2013		Science meets Culture „Wagnerabend“
12.12.2013	von 17 – 18 Uhr	Meeting mit StuRa
16.12.2013 – 03.01.2014		Vorlesungsfreie Zeit
10.01.2014		Party des Studierendenrats für alle Studenten
17.01.2014	von 10 – 14 Uhr	BSP-WinterCampus 2014 zum Thema „Management in der digitalen Welt“
25.01.2014	von 10 – 15 Uhr	Open Campus in der Villa Siemens
13.02.2014	von 19 – 20.30 Uhr	Mind Innovation zum Thema „Echtzeit-Management“
20.02.2014	von 17 – 18 Uhr	Meeting mit StuRa
27.03.2014		Offene Vorlesung für Nachbarn
01.04. – 02.04.2014		Erstsemester-Tage mit buntem Programm

02.04.2014		Feierliche Absolventenverabschiedung
03.04.2014		Semesterstart-Party
07.04.2014		Studienbeginn für alle Kurse
12.04.2014	von 10 – 15 Uhr	Open Campus in der Villa Siemens
24.04. – 27.04.2014		Cup der Privaten
30.04.2014		„Future of Education 2014“ Aufaktveranstaltung an der MSH Medical School Hamburg
09.05.2014		Party des Studierendenrats für alle Studenten
15.05.2014	von 17 – 18 Uhr	Meeting mit StuRa
19.06.2014	von 18 – 20 Uhr	Round Table StuRa
21.06.2014		„Future of Education 2014“ Abschlusspräsentation
21.06.2014	von 10 – 15 Uhr	Open Campus in der Villa Siemens
25.06.2014		Coaching „Der erste Arbeitsvertrag – worauf Sie achten sollten“
09.07.2014	von 17 – 18 Uhr	Meeting mit StuRa
26.07.2014		Semesterabschlussfeier

Alle zusätzlichen und aktuellen Termine sind zu finden unter:
www.businessschool-berlin-potsdam.de

Impressum

BSP-Magazin Wintersemester 2013/2014

Textredaktion: Ilona Renken-Olthoff & Prof. Dr. Thomas Thiessen · Bildredaktion: André Kramer, Ann-Kathrin Schreiber

Layout & Design: Ann-Kathrin Schreiber · Lektorat: Dorothee Beier

Verantwortlich: Ilona Renken-Olthoff & Prof. Dr. Thomas Thiessen

Das nächste BSP-Magazin erscheint zum Sommersemester 2014



Business SCHOOL Berlin Potsdam
Hochschule für Management

www.businessschool-berlin-potsdam.de

BUSINESS CLASS STUDIEREN FÜR EINE KARRIERE IM MANAGEMENT

Die BSP Business School Berlin Potsdam ist eine private, staatlich anerkannte Hochschule für Management mit Sitz in Berlin. Wir bilden zukünftige Führungskräfte aus, die die Herausforderungen der sich wandelnden Märkte verstehen und meistern.

Unsere Schwerpunkte liegen in einer breiten Managementausbildung mit betriebswirtschaftlichen und markttheoretischen Inhalten, in der gleichzeitig die sozialen und kommunikativen Kompetenzen der Lernenden ausgebaut werden.

In unseren innovativen Studienangeboten kombinieren wir fachliches Wissen mit intensiven Trainings zum eigenverantwortlichen Handeln und schaffen so optimale Voraussetzungen für eine erfolgreiche Managementkarriere. Praxisnähe und „learning on the job“ sind für uns von größter Bedeutung. Außerdem ist uns die frühzeitige Vernetzung unserer Studierenden mit der Wirtschaft außerordentlich wichtig. Entsprechend integrieren wir grundsätzlich ausgedehnte Praxisphasen, die im In- und Ausland absolviert werden können, in den Studienverlauf und geben damit auch die Möglichkeit, Sprachen zu lernen und praktische Auslandserfahrungen zu sammeln.

Selbstverständlich sind all unsere Studiengänge fachlich akkreditiert.

BSP Business School Berlin Potsdam - Hochschule für Management
Villa Siemens · Calandrellistr. 1-9 · 12247 Berlin
Tel.: +49 30 - 76 68 37 53-10 · Fax: +49 30 - 76 68 37 53-19
info@businessschool-berlin-potsdam.de