



Business SCHOOL Berlin
Hochschule für Management

BSP Magazin
01 | 2016

Themenschwerpunkt Data is the new oil!

Wie die Digitalisierung die
Wirtschaft verändert

Forschung
Forschungsaktivitäten
und Publikationen

**Highlights aus den
Studiengängen**

Einblicke und Berichte aus den
Studiengängen der BSP

Campus-Leben

News und Impressionen rund
um das Studium an der BSP



Impressum

BSP-Magazin Sommersemester 2016

Textredaktion

Prof. Dr. Thomas Thiessen und Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal

Bildredaktion

Nicola Sernow

Layout & Design

Nicola Sernow

Verantwortlich

Ilona Renken-Olthoff und Prof. Dr. Thomas Thiessen

Bildnachweis

Thanks to Pixabay: Cover, Rückseite und Seiten 8, 12, 16, 18, 20, 32, 35, 40, 56, 58, 62, 70, 72, 76; Parham Khorrami: Seiten 25, 44, 63, 68; Jean-Louis Wolff: Seiten 28-31; KPMG: Seite 48 und 50, Fotolia Seite 50, Studierende und Professoren der BSP

Auflage

2.500

businessschool-berlin.de

Für namentlich gekennzeichnete Beiträge sind die Autoren verantwortlich. Diese Beiträge geben nicht unbedingt die Auffassung der Redaktion wieder. Kürzungen behält sich die Redaktion vor.

Gender-Hinweis: In einigen Fällen wird in den Texten wie in vielen Medien die maskuline Schreibweise, meist im Plural verwendet, wobei auch hier alle Geschlechter eingenommen sind.

Grusswort

Liebe Studierende,
liebe Kollegen,
liebe Freunde und Partner der BSP,

wir alle stehen vor großen Herausforderungen. Die Digitalisierung 4.0 schafft neue Distributionskanäle und Erlösformen. Selbststeuernde und vernetzte Systeme beeinflussen Unternehmensstrukturen und -prozesse. Die entstehenden Datenmengen sind der Rohstoff für die Optimierung der Wertschöpfung. Der Dialog mit Öffentlichkeit, Kunden und Mitarbeitern wird über digitale Kommunikationskanäle völlig neu strukturiert. Die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen bleibt nur über die Anpassung an digitale Entwicklungen langfristig erhalten. Innovation und Anpassung sind die neue Routine. Etablierte Geschäftsmodelle werden auf den Kopf gestellt oder verschwinden vom Markt.

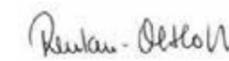
Zugleich wurde auf einer Data Management-Konferenz am Hasso Plattner-Institut am 2. Dezember 2015, die von der BSP mit ausgerichtet wurde, deutlich, dass es für Führungskräfte oft schwer zu überblicken ist, welche der digitalen Möglichkeiten für die Zukunftsfähigkeit des eigenen Unternehmens relevant sind. Viele Fragen stehen im Raum: Was ist 4.0 eigentlich? Was muss mein Unternehmen tun, um die digitalen Chancen zu nutzen und wie gestalte ich die Veränderung? Wie nehme ich die Mitarbeiter auf dem digitalen Weg mit? Und welche Qualifikationen brauchen wir zukünftig?

Führungskräfte haben eine Sonderstellung in Unternehmen, da sie sowohl Leitungs- als auch Vorbildfunktion ausüben. Sie müssen deshalb die wesentlichen Aspekte der Digitalisierung erfassen und sich mehr Sicherheit im Umgang mit digitalen Medien aneignen. An dieser Stelle setzt unsere Verantwortung als Management-Hochschule an. Wir möchten Begleiter von zukünftigen Führungskräften auf dem Weg zum eLeadership sein. Wir möchten dazu beitragen, mehr Vertrauen in digitale Prozesse zu schaffen und die Veränderungsbereitschaft zu erhöhen. Vor

diesem Hintergrund freuen wir uns, dass die BSP vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) mit der Konsortialführung des bundesweiten Projekts Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation beauftragt wurde. Die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation bietet gemeinsam mit anderen deutschen Hochschulen und Wirtschaftsförderern sowohl regionalen Multiplikatoren als auch den deutschlandweit verteilten Kompetenzzentren Know-how zu allen Facetten der Digitalisierung an. Unsere Studienangebote und unsere Forschungsaktivitäten rund um das Thema Management im Wandel werden davon zusätzlich inspiriert.

Allerdings sind wir der Meinung, dass bei aller Digitalisierung der persönliche Dialog nicht vernachlässigt werden darf. Im Gegenteil: die direkte Begegnung zwischen Menschen auf allen Hierarchie-Ebenen ist in Zeiten von Industrie 4.0 und selbststeuernden Systemen wertvoller denn je. An diesem analogen Anspruch messen wir unsere Studienangebote. An diesem Anspruch wollen wir selbst auch zukünftig gemessen werden.

Mit herzlichen Grüßen



Ilona Renken-Olthoff
Geschäftsführerin der BSP Business School Berlin



Prof. Dr. Thomas Thiessen
Rektor der BSP Business School Berlin

1

Data is the new oil!
Wie die Digitalisierung die Wirtschaft verändert



2

Forschung:
Publikationen &
Aktivitäten

3

Neues aus den
Studiengängen der BSP



1

Data is the new oil!

- 8 **Data is the new oil!**
Wie die Digitalisierung die Wirtschaft verändert
- 10 **Über Surfer, Taucher und Inselbewohner**
BSP-Studie zur Digitalisierung im Mittelstand
- 14 **Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation**
BSP hilft Unternehmen die digitale Transformation zu meistern
- 16 **Herausforderung Data Management**
powered by BSP
- 19 **4.0 im BSP-Studium**
Technology.Change



2

Forschung

20 **Forschung**
Forschungsaktivitäten und
Publikationen

3

Highlights aus den Studiengängen

- 28 **Modemarketing**
- 32 **Kommunikationsmanagement**
- 35 **Wirtschaftspsychologie**
- 38 **Internationale BWL**
- 40 **Business Administration**



Data is the new oil!

Wie die Digitalisierung die Wirtschaft verändert

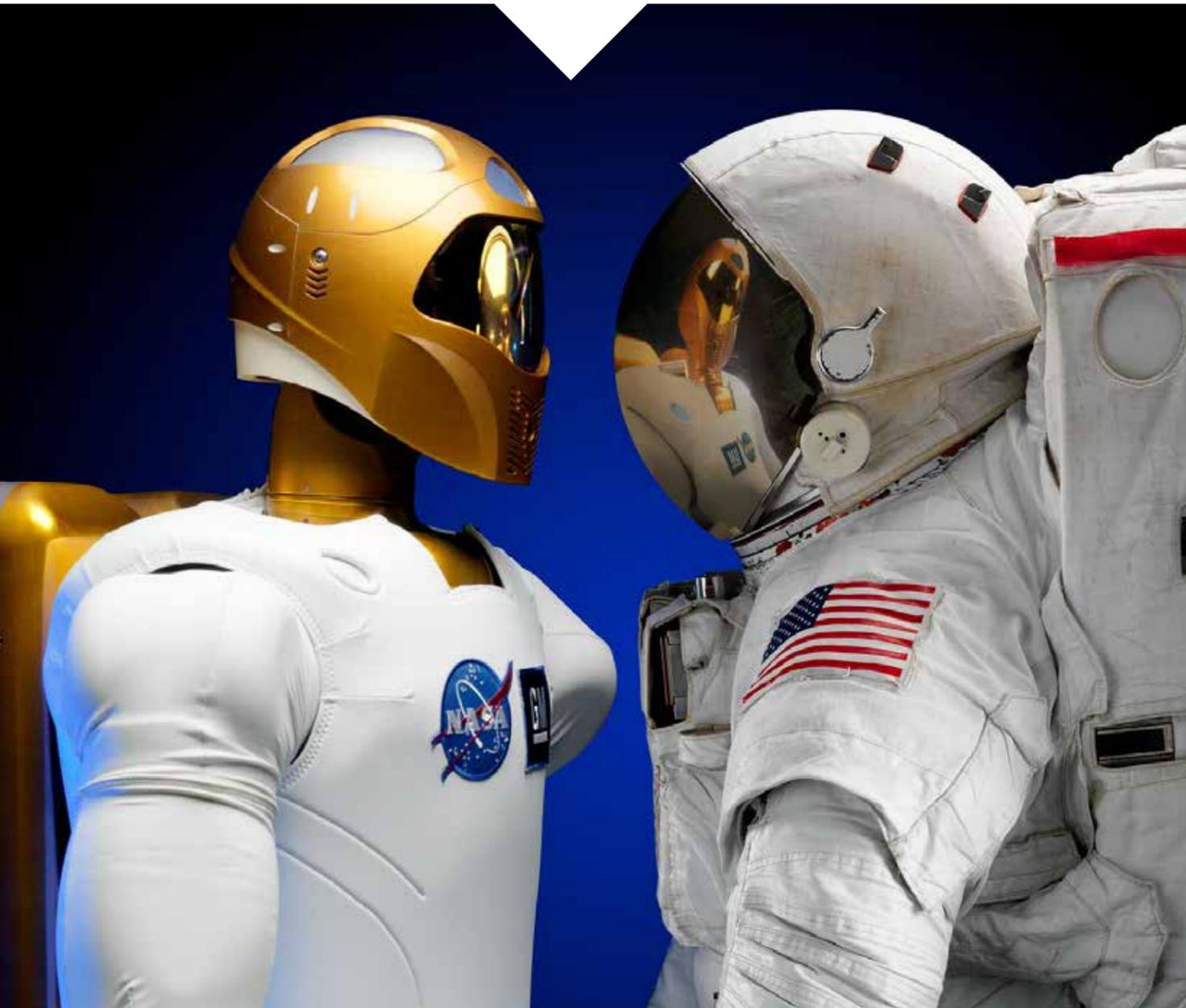


Campus-Leben

- 46 Kooperation mit KPMG
- 54 GründerCampus 2015: Smarte Geschäftsmodelle für das Zusammenleben von morgen
- 56 News aus dem International Office
- 61 Gastprofessur in den USA
- 62 Managementkultur in Deutschland
- 63 Absolventenverabschiedung WS 2015
- 64 Alumni-Reports
- 68 Impressionen des Herbstballs 2015
- 70 Ankündigung Future of Education 2016
- 71 Ankündigung Cup der Privaten 2016
- 72 News aus dem Sport
- 73 News aus der Hochschulgruppe
- 74 News aus dem StuRA
- 76 Willkommen allen neuen Studierenden der BSP zum Sommersemester 2016
- 78 BSP-Terminplaner Sommersemester 2016

Data is the new oil!

Wie die Digitalisierung die Wirtschaft verändert



Wir erleben alle selbst, wie sich unser persönlicher Alltag massiv verändert. Auf der Arbeitsstelle, in den eigenen vier Wänden, in der Ausbildung, im Gesundheitswesen, in der öffentlichen Infrastruktur oder der Energieversorgung: überall begegnen wir den neuen Möglichkeiten der Digitalität. Wir versenden riesige Datenmengen und wollen überall Internet-Zugriff haben.

Die Digitalisierung verändert Produktion und Dienstleistung tiefgreifend und fordert eine große Veränderungsbereitschaft. Selbststeuernde und vernetzte Systeme optimieren Unternehmensstrukturen und -prozesse und erzeugen gewaltige Datenmengen. Intelligentes Data-Management bildet die Basis für zukunftsfähige Geschäftsmodelle.

Industrie 4.0 bedeutet die Transformation der Geschäftsprozesse, Geschäftsmodelle und Kundenbeziehungen. Unternehmen vernetzen ihre Maschinen, Lagersysteme und Betriebsmittel. In der Produktion tauschen sie eigenständig Informationen aus, lösen Aktionen aus und steuern sich gegenseitig. In der Smart Factory herrscht eine völlig neue Produktionslogik – von der Bestellung bis zur Ausgangslogistik. Das Potenzial ist immens: Die Smart Factory kann individuelle Kundenwünsche berücksichtigen und selbst Einzelstücke rentabel produzieren. Die Produktion kann kurzfristig verändert werden und flexibel auf Störungen und Ausfälle, zum Beispiel von Zulieferern, reagieren.

Dennoch gibt es viele Fragezeichen, was sich hinter dem Begriff Industrie 4.0 verbirgt. Fast zwei Drittel der mittelständischen Fertiger in Deutschland, Österreich und der Schweiz kennen den Begriff »Industrie 4.0« nicht. (Umfrage unter rund 1000 Unternehmen vom Analysehaus techconsult im Rahmen der Studie »Business Performance Index Mittelstand 2014«).

Offensichtlich ist das Thema Digitalisierung für Unternehmen erst ein Thema »für die übernächste Generation«. Aber die Veränderungen durch Digitalisierung geschehen JETZT.

Telekom und Universität St. Gallen befragten weltweit 60 Top-Manager zu den Megatrends digitaler Arbeit. Das Fazit: Die Digitalisierung hat die Arbeit bereits dramatisch verändert und wird es weiter tun. Die Personalressorts in den Unternehmen müssen jetzt handeln.

Aber diese 4.0-Transformation birgt gerade für die Definition von Arbeit einige Widersprüche:

- Zwar entstehen neue Tätigkeitsbereiche. Das bedeutet aber auch zusätzliche Kompetenzanforderungen, die nicht immer nur mit Freude angenommen werden.
- Neue Handlungsspielräume bedeuten zugleich immer auch neue Verantwortungssegmente, die in ihren Dimensionen noch nicht wirklich überschaubar sind.
- Neue Wertschöpfungsperspektiven bedeuten zugleich auch Wertschöpfungsanachronismen.

Industrie 4.0 ist bisher vielleicht zu technologisch diskutiert worden. Die smarte Fabrik und die intelligente Produktion und Vernetzung steht und fällt aber mit dem Menschen. Industrie 4.0 ist also nicht nur ein technologisches oder ökonomisches Phänomen. Es ist auch ein soziales, organisationales und arbeitspsychologisches Phänomen.

Veränderungsmanagement zählt deshalb auch bei mittelständischen Unternehmen zu den wichtigsten Herausforderungen. Die BSP befasst sich aus wirtschaftspsychologischer und betriebswirtschaftlicher Sicht mit der Frage, wie Unternehmen Veränderungsprozesse erfolgreich meistern können. Mit den Worten von Prof. Dr. Daniel Salber, Professor für Wirtschaftspsychologie an der BSP: »Was ein Mensch oder ein Unternehmen ist, was wirklich in ihm steckt, das zeigt sich im Wandel.«

Über Surfer, Taucher und Inselbewohner: BSP-Studie zur Digitalisierung im Mittelstand

Da sich besonders kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) mit Veränderungsprozessen und der Implementierung von elektronischen Geschäftsprozessen noch immer schwer tun, gingen Forscher der BSP unter Federführung von Prof. Dr. Herbert Fitzek, mit Gemina Picht und Nina Botzet, der Frage nach, wie die Digitalisierung den Arbeitsalltag der Mitarbeiter in KMU bestimmt und welche Vorbehalte herrschen. In der Studie eBusiness-Typen wurde die Einstellung gegenüber digitalen Geräten und Abläufen untersucht und rund 40 Einzelunternehmer, Führungskräfte aus KMU oder Vertreter von Institutionen wurden in aufwändigen morphologischen Tiefeninterviews befragt.

Die Studie bestätigte, dass Unternehmen mit dem Prozess der Digitalisierung ein durchaus ambivalent geprägtes Erleben ihrer Arbeit verbinden, das durch Erleichterungen, aber auch durch Zumutungen charakterisiert ist: Flexibilität, Effizienz der Arbeitsabläufe, Kommunikation und Informationsverfügbarkeit einerseits, aber andererseits auch Zeitdruck, stetig wechselnde Aufgaben, Kontrolle und Informationsmenge. Die Studie zeigt deutlich, dass weitere Aufklärungsarbeit und Information hinsichtlich der Digitalisierung von Geschäftsprozessen in der Gruppe der KMU geleistet werden muss. Dabei wird deutlich, dass Engagements und Initiativen nicht nur auf der Ebene der Kompetenzvermittlung, sondern auch auf der psychologischen Ebene aktiv werden müssen.

Die Studie zeigt, dass die einheitlich als Herausforderung erlebte Welle der Digitalisierung in unterschiedlicher Weise als Chance und Belastung erfahren und durch unterschiedliche Umgangsweisen in der konkreten Arbeit beantwortet wird. Führungskräfte tauchen in das neue Medium vollständig ein (Taucher), versuchen sich in gewohnte Praktiken zu flüchten (Inselbewohner) oder die neue Technologie für eine Optimierung ihrer herkömmlichen Arbeitspraxis zu nutzen (Surfer). Trotz unbestrittener Möglichkeiten drohen sie im Strudel von Vielfalt und Flexibilität zu versinken (Hin- und Hergerissene).

Die komplette Studie ist zugänglich unter
www.businessschool-berlin.de/fileadmin/Daten/BSP/Hochschule/Presse/Forschungsbericht_x3_epubli_V3.pdf



Abb.: Die Welle von Kanagawa

Thesen zur Zukunft der Arbeit

(Auszug aus einer Studie der Universität St. Gallen und Telekom zu den Megatrends der digitalen Arbeit vom August 2015)

- Hochqualifizierte Spezialisten erbringen im Rahmen von Projektarbeit Arbeitsleistung rund um die Welt. Qualifikationen sind global transparent und vergleichbar. Die räumliche Verortung des Leistungserbringers spielt keine Rolle mehr. Arbeit erlangt damit erstmals die gleiche Mobilität wie Kapital.
- Die Bindung zwischen Arbeitnehmer und Arbeitgeber löst sich. Flexible Arbeits- und Kooperationsformen führen dazu, dass Arbeitnehmer ständig mit einem Bein im Arbeitsmarkt stehen. Systematische Personalentwicklung wird so erschwert. Gleichzeitig steigen Erwartungen und Ansprüche der Mitarbeiter an unmittelbar nutzbare Qualifizierungen.
- Beruf und privat verschwimmen. Die traditionellen Arbeitsorte und -zeiten lösen sich auf. Für Arbeitnehmer ergeben sich hieraus individuelle Gestaltungspotentiale, zum Beispiel zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf aber auch neue Belastungen (»always on«).
- Selbstmanagement wird zur Kernqualifikation. Durch die flexible und bedarfsgerechte Vergabe von Aufträgen an Arbeitskraft-Unternehmer lösen sich traditionelle Arbeitszusammenhänge und -abläufe auf. Die Arbeitszeit setzt sich zusammen aus Mikro-Arbeitszeiten verschiedener Aufgaben, die der Arbeitnehmer nach Bedürfnis und Fähigkeit zusammenstellt.
- Die Maschine wird zum Kollegen: Neue Interaktionsformen zwischen Mensch und Maschine ziehen herauf. Diverse Spielarten werden in Zukunft koexistieren. Von Menschen, die Maschinen steuern, über Maschinen als Kollegen der Menschen bis zur Verschmelzung von Maschine und Mensch oder der kompletten Übernahme der Maschinen.
- Die Rolle des Menschen im Produktionsprozess transformiert sich vom Erbringer der Arbeitsleistung in den Überwacher der Maschinen. Routinevorgänge und auch körperlich belastende Tätigkeiten werden von diesen selbstständig abgewickelt. Der Mensch kontrolliert und greift nur im Notfall ein.



Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation

BSP hilft Unternehmen die digitale Transformation zu meistern

Ende September 2015 gab Sigmar Gabriel, Bundesminister für Wirtschaft und Energie, den Start von fünf neuen Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren und vier Mittelstand 4.0-Agenturen im Rahmen der bundesweiten Förderinitiative »Mittelstand 4.0 – Digitale Produktions- und Arbeitsprozesse« bekannt. Wesentliches Ziel der geplanten Maßnahmen ist die Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen auf ihrem Weg der digitalen Transformation. Denn gerade im Mittelstand ist das Thema Digitalisierung längst nicht in der Fläche angekommen. Aber der Druck wächst. Etablierte Geschäftsmodelle werden auf den Kopf gestellt oder verschwinden vom Markt. Kunden, Mitarbeiter und (Handels-)Partner entwickeln neue Ansprüche. Mittelständische Unternehmer fragen sich deshalb zunehmend: »Wie kann ich die Chancen der Digitalisierung nutzen? Wie muss ich mein Unternehmen verändern? Wer hilft mir dabei?«

Die Antworten fallen nicht leicht. Die technische Umgebung und die Produktion müssen neu strukturiert werden. Innovation wird zur neuen Routine. Für mittlere Unternehmen ist oft schwer zu überblicken, welche der digitalen Möglichkeiten für die Wettbewerbs- und damit Zukunftsfähigkeit des eigenen Betriebs relevant sind. Unternehmer oder Arbeitnehmer müssen dabei unterstützt werden, eine Haltung zur digitalen Veränderung zu finden und den Veränderungsprozess 4.0 strukturiert zu bewältigen.

An dieser Stelle setzen die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie initiierten und geförderten Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren und Mittelstand 4.0-Agenturen an. In den Zentren können mittelständische Unternehmen die technischen und produktiven Möglichkeiten von Industrie 4.0 quasi zum Anfassen erleben und erfahren. Ergänzend begleiten die vier Mittelstand 4.0-Agenturen die Kompetenzzentren, aber auch andere Multiplikatoren und auch Unternehmen mit methodischem und fachlichem Wissen.

Eine dieser vier Agenturen ist die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation. Zu dieser Agentur gehören insgesamt sechs Konsortialpartner aus dem ganzen Bundesgebiet. Die Fachhochschule Flensburg gehört dazu, die Wirtschaftsförderung und Technologietransfer Schleswig-Holstein GmbH, die Hochschule Darmstadt, das Hessische Telemedia Technologie-Kompetenz-Center htcc e.V., die Wirtschaftsagentur Neumünster und die BSP Business School Berlin. Als Konsortialleiter ist die BSP für die Koordination der Konsortialpartner zuständig.

Die Schwerpunktthemen der Agentur sind digitale Kommunikationsprozesse, Wissensmanagement, eLearning, Innovations- und Veränderungsmanagement. Speziell die BSP Business School Berlin beschäftigt sich mit den Themen eLeadership und Veränderungsmanagement: Wie kann ein Unternehmen die digitale Akzeptanz bei Führungskräften und Mitarbeitern fördern? Wie verändert sich Führung unter den Bedingungen der digitalen Entwicklung? Über die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation stehen sowohl regional als auch deutschlandweit Experten zur Verfügung, die auch sehr spezifische Fragen mit den Unternehmen und Multiplikatoren diskutieren können – oder den passenden Antwortgeber suchen.

Die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation bietet fachliches und methodisches Wissen. Also Wissen darüber, welcher Bedarf an Technologien oder Qualifikationen überhaupt besteht. Oder mit welchen Instrumenten Wissen und Akzeptanz vermittelt und gefördert werden kann. Die Unternehmen und Multiplikatoren haben verschiedene Möglichkeiten, die Begleitung der Agentur zu nutzen. Viele Innovationsthemen lassen sich gut im Rahmen eines Workshops bearbeiten. Die Konsortialpartner entwickeln solche Workshops und setzen sie mit den Multiplikatoren und Unternehmen gemeinsam um. Zusätzlich bietet die Agentur Informationsveranstaltungen zu Digitalisierungsthemen für und in Zusammenarbeit mit Multiplikatoren wie IHK, HWK, regionalen Wirtschafts-



förderern und Verbänden. Es werden Fachartikel, Praxisbeispiele, Leitfäden und Publikationen zu aktuellen Trends und Themen der Digitalisierung zur Verfügung gestellt und Materialien und Informationsangebote aufbereitet, die die Multiplikatoren in der Kommunikation mit den Unternehmen verwenden können. Und schließlich bieten die BSP und ihre Konsortialpartner Führungskräfte- und Multiplikatoren-Coachings. Führungskräfte haben eine Sonderstellung in Unternehmen, da sie sowohl Leitungs- als auch Vorbildfunktion ausüben. Sie müssen deshalb die wesentlichen Aspekte der Digitalisierung erfassen und sich mehr Sicherheit im Umgang mit digitalen Medien aneignen.

Die Arbeit der Agentur steht am Anfang, dennoch bewegt sie sich schon mitten in den Themen. Die BSP hat beispielsweise mit Bedarfs- und Trendanalysen zum digitalen Wandel begonnen. In einer dieser Analysen wird zum Beispiel der Frage nachgegangen, wie sich Management durch die Anforderungen des digitalen Wandels verändert. Das betrifft die Person der Führungskraft ebenso wie die Interaktion von Führungskraft und Belegschaft. Die Ergebnisse dieser Analyse werden dann im sogenannten Transfermaterial aufbereitet, beispielsweise in Form von Leitfäden, Praxisbeispielen oder Selbstlernmaterialien, die den Unternehmen und Multiplikatoren zur Verfügung stehen.

Zugleich werden auch bereits konkrete Projekte mittelständischer Unternehmen begleitet. Beispiele sind mittelständische Medienproduktionsunternehmen, die mit innovativen, digital vernetzten Verfahren der Bewegtbildproduktion neue Kundengruppen auch jenseits der klassischen Unterhaltungsindustrie erschließen möchten. Oder ein Projekt aus der Agrarwirtschaft: Wie bringe ich Landwirten das Thema digital gestützte, selbststeuernde Aussaat, Düngung und Einbringung nach optimalen Kriterien nahe. Dabei geht es immer auch die gesunde Balance von Ökonomie und Nachhaltigkeit. Insgesamt wird deutlich, dass die Möglichkeiten und Chancen von Industrie 4.0 auch für den Mittelstand gewaltig sind,

es aber noch an Transparenz, tragfähigen Netzwerkmodellen und Kompetenzen fehlt. Die BSP Business School Berlin wird gemeinsam mit ihren Konsortialpartnern dazu beitragen, mehr Vertrauen in digitale Prozesse zu schaffen und Wissen rund um die Digitalisierung zu vermitteln. Denn schließlich geht es im Management immer auch um Entscheidungskompetenz. Gerade zu digitalen Themen.

Kontakt und Information:
Prof. Dr. Thomas Thiessen,
thomas.thiessen@businessschool-berlin.de

Industrie 4.0 verändert die Märkte. Der Unternehmer fragt sich:

- Wie kann ich die Akzeptanz bei Prozessveränderung bei meinen Mitarbeitern fördern?
- Wie motiviere ich mich selbst, wie meine Mitarbeiter?
- Welche zusätzlichen Nutzen bieten mir die digitalen Prozesse? Wie erschließe ich die neuen Möglichkeiten für mich, Kollegen und Kunden?
- Ist das bisherige Wissen nichts mehr wert? Was müssen wir neu lernen? Woher kommt der Input?

Die BSP hilft bei der Beantwortung der Fragen

- im Rahmen der Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation (Teilprojekt Veränderungsmanagement/eLeadership)

Herausforderung Data Management, powered by BSP



Im Dezember 2015 fand auf Einladung des Clusters IKT, Medien und Kreativwirtschaft Berlin-Brandenburg am Hasso-Plattner-Institut in Potsdam die Innovationskonferenz DATA MANAGEMENT statt. Im Rahmen der Konferenz organisierte die BSP den mehrstündigen Workshop »4.0: Technology.Change«, moderiert von BSP-Rektor Prof. Dr. Thiessen. 70 Teilnehmer aus Unternehmen, Politik und Forschungseinrichtungen zeigten die Relevanz des Themas. Zusätzlich waren auch 15 BSP-Studierende mit in dem Workshop.

Ernst Feiler (Head of Technology Ufa Serial Drama) präsentierte das Projekt »Babelsberg Future«. Seine Vision in Potsdam-Babelsberg ein international beachtetes Zentrum für Virtual Reality (VR) zu etablieren, fand regen Zuspruch und Interesse. In der anschließenden Diskussion ging es unter anderem um die benötigten Schnittstellenkompetenzen. Das Projekt Babelsberg Future hat das Potenzial eines Leuchtturmprojekts zur digitalen Transformation des Medienstandorts, hin zur Erschließung weiterer Branchensegmente und Produktangebote jenseits der klassischen Medienproduktion.

Alexander Rabe (Geschäftsführer Gesellschaft für Informatik) präsentierte zwei konkrete Projektvorhaben. In der anschließenden Diskussion standen insbesondere die rechtlichen und regulatorischen Bedingungen eines zukunftsgerichteten Data Management im Vordergrund. Die Ideenvielfalt für komplexe Data Management-Projekte ist in Unternehmen ebenso groß wie die Bereitschaft, sie in (neuen) Netzwerken aus Wissenschaft und Wirtschaft und in innovativen Geschäftsmodellen zu realisieren.

Dr. Dirk Woywod (Abteilungsleiter Innovationsmanagement Bundesdruckerei) fokussierte die Themen Datenschutz und Datensicherheit sowie deren zentrale Bedeutung im Kontext eines modernen, ganzheitlich verstandenen Datenmanagement. Dabei ging es, so Dr. Woywod, insbesondere für mittelständische Unternehmen aktuell vor allem um eine neue strategische Ausrichtung, die die Einbettung entsprechender Lösungen und Technologien erst ermöglicht. Datensicherheit ist integraler Baustein eines modernen und zukunftssicheren Data Management. Gerade KMU benötigen hier aktive Unterstützung und Beratung.

Gisbert Straden (Lehrbeauftragter an der BSP) stellte die professionelle Begleitung unternehmensinterner Change-Prozesse ins Zentrum seines Vortrags und erläuterte unter der regen Beteiligung der Workshop-Teilnehmer die Herausforderungen, Bedingungen und konkreten Aufgaben (neuer) Führungs- und Unternehmenskulturen. Sein Credo: 20% des notwendigen Wandels ist technologiegetrieben, 80% des potenziellen Erfolgs bleibt abhängig von der Wandlungsfähigkeit und -bereitschaft von Belegschaften und Führungskräften. Digitale Transformation gelingt nur mittels eines professionell geführten Change-Managements und über die aktive sozio-kulturelle Einbindung von Belegschaften.

Jens Schober (Mitglied der Geschäftsführung Stadtwerke Cottbus) verdeutlichte am Beispiel der Elektroenergieversorgung Cottbus GmbH die Herausforderungen der Energiewende und des damit einhergehenden digitalen Wandels anhand konkreter Zahlen und Fakten aus dem eigenen Unternehmen. Zahlreiche Nachfragen und Anmerkungen aus dem Publikum machten deutlich, dass der Bedarf mittelständischer Unternehmen derzeit nicht auf standardisierte Lösungen, sondern

auf ganzheitliche hochspezialisierte und -individualisierte Beratungs- und Unterstützungsleistungen abzielt. Die Dynamik der Digitalisierung greift tief in bestehende Unternehmens- und Produktionsprozesse ein, deren beständige Veränderung kaum über mehr als fünf Jahre planbar ist.

Dr. Sebastian Leder (Consultant Deloitte Analytics Institute) präsentierte ein konkretes Data-Management Projekt im Bereich Smart City (digitales vernetztes Luftbelastungsmanagement in urbanen Regionen), das in London bereits erprobt wurde und im ersten Halbjahr 2016 auch in Berlin implementiert werden soll. Als Vertreter des Deloitte Analytics Institute erläuterte er die Möglichkeiten modernster Datenanalyse-Tools und unterstrich die Zukunftschancen der sich beständig weiter entwickelnden Verfahren – auch in Hinblick auf die Smart City Region Berlin-Brandenburg.

Summary des BSP-Workshops 4.0: Technology.Change

- Das Thema Data Management ist nicht nur in aller Munde, sondern erzeugt konkreten Handlungsbedarf.
- Die Technologie ist reif. Aber: Der erfolgreiche Wandel muss sich auch in veränderten Prozessen und Arbeitsorganisationen vollziehen. Hier tut Unterstützung not.
- Die verfügbaren Ressourcen und Kompetenzen sind gewaltig. Aber: Es fehlt an Transparenz und tragfähigen Netzwerkmodellen.
- Der Ansatz, das Thema Data Management aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten, Experten ins Gespräch zu bringen und konkrete Unterstützungs- und Beratungsleistungen anzubieten, ist wichtiger denn je.
- Formate wie die Innovationskonferenz DATA MANAGEMENT sollten verstetigt werden, um den Aufbau tragfähiger Netzwerke und Kooperationsplattformen zu fördern.

Wesentliche Botschaft aus dem Workshop:

Wir stehen am Beginn eines neuen Zeitalters. Wir sind bereit, es mit neuen Ideen und kreativen Ansätzen zu gestalten. Dafür benötigen wir zukunftsfähige Data Management-Konzepte. Sie erfolgreich zu realisieren, setzt Know-how-Transfer, neue Kooperationsmodelle und mehr Transparenz unter den Akteuren voraus.

Forschung

News aus der Forschung

Die Forschung an der BSP ordnet sich an um die Bereiche Innovations-, Infrastruktur- und Medienmanagement, Management und Psychologie, sowie Sportpsychologische Forschung und Beratung. Eine ausführliche Beschreibung der Schwerpunkte findet sich unter www.businessschool-berlin.de/forschung/. Hier im Heft fassen wir kurz die neuesten Veröffentlichungen und wissenschaftlichen Präsentationen des vergangenen Semesters zusammen.

→ **Prof. Dr. Alscher** und Prof. Dr. Matthias Brauer (Universität Mannheim) haben im Journal »International Studies of Management & Organization« einen Artikel zu »Path Dependence in the Evolution of the Business Portfolio Configuration of Large Multi-business Firms« publiziert. Es geht um die Pfadabhängigkeit in der Veränderung der Geschäftsportfolios von Konzernen auf Basis ökonomischer Zeitreihenanalysen der zugrundeliegenden Investitions-, Desinvestitions- und Kooperationsentscheidungen.

Die Ergebnisse belegen erstens die Existenz von signifikanten Pfadabhängigkeiten in den Firmen, zweitens von unterschiedlichen Pfadabhängigkeiten in den Portfolioentscheidungen der Konzerne sowie drittens, dass die Pfadabhängigkeit der kumulierten Aktivität anders als die der einzelnen Portfolioaktivitäten ist und damit erhebliche Wechselwirkungen bestehen.

Die empirischen Analysen zeigen, dass Portfolio-Entscheidungen als organisatorische Aktivität nicht nur abhängig von allgemeinen Umfeld-Bedingungen (Contingency-Theorie) und von der eigenen Vergangenheit (klassische Pfadabhängigkeits-Theorie) ist, sondern auch von der Vergangenheit von verwandten Aktivitäten bestimmt wird.



Prof. Dr. Alscher



→ **Prof. Dr. Andreas Braun** hielt im Oktober 2015 die Eröffnungsrede bei der Disruptive Innovation-Konferenz der UCP Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas in Lima, Peru. Vor 800 Gästen zeigte Prof. Braun am Beispiel Deutschlands Wege auf, Entrepreneurship-Management und -Forschung zu organisieren und zu verbessern. Die Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas ist einer der Partnerhochschulen der BSP Business School Berlin.

Beim 2. Gesundheitsforum in Leipzig, einer auf die pharmazeutische Industrie spezialisierten Fachkonferenz, stellte Prof. Braun neue Forschungsergebnisse zum Thema Open Innovation in der Life Sciences-Industrie vor. Braun hat mit Prof. Dr. Christoph Ihl von der Technischen Universität Hamburg zusammengearbeitet und das Paper mit dem Titel »The Limits of Planning for Open Innovation Success – Empirical Evidence from Life Science SME« hatte bereits den Best Paper-Award bei der ISPIM 2014 gewonnen.

Auf dem ISPIM Symposium in australischen Brisbane, eine der wichtigsten Konferenzen im Fachbereich Innovationsmanagement, stellte Prof. Braun seine neusten Forschungsergebnisse zum Thema Business Model Innovation und Flexibility bei deutschen Music Labels vor. Einer der Co-Autoren des Bei-

trags ist der ehemalige Studierende der Wirtschaftspsychologie Alexander Dill, der neun der 25 Interviews mit Managern der Labels führte.

Einen Vortrag zum Thema »Entrepreneurial Hotspot Berlin« hat Braun im November bei der Start-up-Konferenz des deutsch-ungarischen Bildungswerks in Berlin gehalten. Braun nutzte im Rahmen der Video-Konferenz zwischen den Standorten Budapest, Frankfurt und Berlin auch die Möglichkeit, die Entrepreneurship-Lehre und -Forschung an der BSP dazustellen, etwa den von Prof. Dr. Thomas Thiessen organisierten Gründercampus.



→ **Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal** hat mit Dr. Dirk vom Lehn (King's College London) einen Beitrag im vierten Band des International Handbook of Museum Studies mit dem Titel Museum Media veröffentlicht. Das internationale Referenzwerk, herausgegeben von S. Macdonald, H. Rees-Leahy und Michelle Henning, wird von Bibliotheken weltweit geordert. Im Kapitel »Aesthetic atmospheres in museums. A critical marketing perspective« untersuchen Biehl-Missal und vom Lehn die kreative Verbindung zwischen der Welt des Marketings und der Kunstwelt: Verkaufsräume, Kaufhäuser und Museen setzen vergleichbare künstlerische Techniken ein und bieten ein sinnlich wahrnehmbares Erlebnis.

Bei ihrer von Biehl-Missal betreuten Bachelor-Arbeit hat Paulina Kleingarn, Studentin des Kommunikationsmanagements, Interviews mit Techno-DJs, unter anderen aus dem Berghain geführt. Die Frage: Welche nonverbalen und ästhetischen Kommunikationstechniken werden verwendet? Auch Führungskräfte von heute müssen »Menschen in Bewegung bringen«. Eine um Daten und Theorie erweiterte Version von Biehl-Missal ist im Begutachtungsprozess der internationalen Zeitschrift Leadership.

Das Thema »Dance, Organisation and Leadership« ist ein neues Forschungsfeld und Biehl-Missal hat mit Dr. Claus Springborg (Kopenhagen) das allererste Sonderheft dazu in einer Management-Zeitschrift mit herausgegeben. Der Special Issue in Organizational Aesthetics, der auch tanzbasierte Workshops zur Führungskräfte-Entwicklung behandelt, ist hier zu lesen <http://digitalcommons.wpi.edu/oa/vol5/iss1/> Eine Kurzversion der Bachelor-Arbeit über das Germanwings-Unglück von Janine Herd mit Titel »Das Gesicht der Krise. Die Inszenierung von CEOs in der Krisenkommunikation« veröffentlichten Biehl-Missal und die Absolventin in der Fachzeitschrift Kommunikationsmanagement im Luchterhand-Verlag. Sie zeigen, dass die Krise emotionale und authentische Kommunikation, sowie ein Gespür für die Lage verlangt – und auch mal emotionale Zusammenbrüche des Firmenchefs entschuldigt.

Über »Leadership as an Art: Künstlerische Perspektiven auf Führungskommunikation«, sprach Biehl-Missal in Bern im Haus Klee bei der IKAS 8. Interkantonale Tagung für Schullei-



terinnen und Schulleiter der Pädagogischen Hochschule Bern. Es ging das Kreativitätspotenzial kunstbasierter Methoden wie Theater, Jazz und Tanz. Diese Inhalte veröffentlichte sie auch in der Zeitschrift »Dialogue & Universalism«, mit einem gestaltpsychologischen Ansatz unter dem Titel: »Finding Form: Gestalt Theory as a Development of Aesthetic Approaches to Organisation and Management«.

→ **Prof. Dr. Tilman Eckloff** hat gemeinsam mit seinen Kollegen Prof. Dr. Erich

H. Witte und Prof. Dr. Niels Van Quaquebeke einem Beitrag im Sammelband »Private Macht« veröffentlicht, der von Prof. Dr. Florian Möslin von der Universität Marburg in 2015 herausgegeben wurde. In ihrem Buchkapitel analysieren die Autoren »Macht als sozialpsychologisches Konzept« und gehen darauf ein, wie und wem Macht sich zeigt, wodurch Macht ausgeübt wird, was Macht mit den Mächtigen macht und wie Macht aus individualsystemischer, mikrosystemischer, mesosystemischer und makrosystemischer Perspektive betrachtet werden kann.

In ihrer Studie »Respected Students Equal Better Students: Investigating the Links between Respect and Performance in Schools« zeigen Prof. Dr. Tilman Eckloff gemeinsam mit seinen Kolleginnen und Kollegen Corinna Mertz, Julia Johannsen und Prof. Dr. Niels Van Quaquebeke, wie positiv sich erlebter Respekt auf schulische Leistung auswirken kann: Schülerinnen und Schüler, die das Gefühl haben von ihren Lehrkräften respektiert zu werden, zeigen in der Studie bessere Leistung in Mathematik. Der Artikel wurde in 2015 vom »Journal of Educational and Developmental Psychology« im Peer-Review-Verfahren zur Publikation angenommen.

Noch immer sind weniger Frauen als Männer in Führungspositionen vertreten, nicht nur in Deutschland. Zwar konnte die Forschung keine Unterschiede in der Qualität oder Effektivität der Führung beider Geschlechter feststellen. Doch gibt es zahlreiche Hindernisse, denen Frauen auf dem Weg nach oben begegnen. Prof. Dr. Tilman Eckloff und Christina Mölders zeigen in ihrem in 2015 erschienenen Artikel »Frauen und Führung: Auf dem Weg«, für die Zeitschrift »Wirtschaftsmediation« dass Änderung in Sicht ist.



sondern nimmt im neuen in 2015 erschienenen Buch »Was heißt hier Respekt?!« der Journalistin Elke Reichart in zwei Kapiteln ausführlich dazu Stellung.

Gemeinsame Forschungsergebnisse von Prof. Dr. Tilman Eckloff und seinen Kolleginnen und Kollegen wurden in 2015 auf drei internationalen Fachkonferenzen vorgestellt: der Academy of Management in Vancouver, dem EASP Medium Size Meeting in Castle Oppurg sowie der Conference of the European Association of Work and Organizational Psychology in Oslo. Die Kernthese der Paper ist, dass die Prototypikalität einer Führungskraft den Zusammenhang zwischen respektvollem Führungsverhalten und dem persönlichen Einsatz der Untergebenen moderiert. Das bedeutet, dass Führungskräfte, die sich als nicht prototypisch für ihr Team wahrnehmen, dies durch besonders respektvolles Führungsverhalten kompensieren können.

→ **Prof. Dr. Anna Lejpras** veröffentlichte 2015 den Artikel »Knowledge, Location, and Internationalization: Empirical Evidence for Manufacturing SMEs« im Journal Economics of Innovation and New Technology (Peer-Reviewed-Publikation). In der Studie werden die Determinanten der Auswahl unterschiedlicher Internationalisierungsstrategien durch kleine und mittlere industrielle Unternehmen (KMU) empirisch analysiert. Die Studie zeigt, dass ausgeprägte Innovationsfähigkeit von KMU ihre Exporttätigkeiten signifikant begünstigt. Dagegen senken vorteilhafte Standortbedingungen in Deutschland die Wahrscheinlichkeit der Verlagerungen von Unternehmensaktivitäten ins Ausland.

Respekt ist in der modernen Wirtschaft und Gesellschaft unverzichtbar. Jeder möchte anerkannt und respektiert werden. Doch geht die selbstverständliche Wertvorstellung im Geschiebe des Alltags von Sport, Politik und auch im Bildungssystem häufig unter, wenn konkrete Ziele erreicht werden sollen. Prof. Dr. Tilman Eckloff hat die Bedeutung von gegenseitigem Respekt nicht nur wissenschaftlich untersucht,

→ **Prof. Dr. Daniel Salber** wird unter dem Titel »Zuviel ist zuwenig« in diesem Jahr die Ergebnisse seiner jahrelangen Kulturforschung in Buchform veröffentlichen. Was verbindet uniforme Mode, libidinöses Smartphone-Streicheln und deutsche Kriegseinsätze in Nahost? Welche geheimen Diktate verengen das Blickfeld der »freien Welt?« Ohne die kulturpsychologischen Hintergründe zu kennen, ist weder die heutige gesellschaftliche Stagnation verständlich, noch lassen sich Möglichkeiten zur Weiterentwicklung der Kultur erkennen, von denen letztlich ihr Überleben abhängt. Eine erste Skizze seiner phänomenologischen Arbeit präsentierte Prof. Salber in seinem Vortrag auf der Herbst-Tagung der »Gesellschaft für Kulturpsychologie« in Salzburg.

→ **Prof. Dr. Rainer Zeichhardt** hat in dem englischsprachigen Lehrbuch »Managing Inter-Organizational Relations Debates and Cases« von Prof. Dr. Jörg Sydow (FU Berlin), Prof. Dr. Elke Schüssler (FU Berlin) und Prof. Dr. Gordon Müller-Seitz (TU Kaiserslautern) eine Case Study unter dem Titel »One week in the life of a boundary spanner« veröffentlicht. In der Fallstudie werden die Herausforderungen aufgezeigt, mit denen Personen konfrontiert sind, die ohne formale Machtbasis organisationsübergreifende Führungsaufgaben übernehmen. Der Fall wird in internationalen Management-Masterprogrammen eingesetzt und ist ab dem Sommersemester auch Bestandteil des Moduls »Leadership & Coaching« im Master Business Administration an der BSP.

Die verschiedenen Fachvorträge und Keynotes von Prof. Dr. Rainer Zeichhardt zum Thema »E-Leadership« (z.B. CeBIT 2015) liegen nun als Publikation vor: In dem Beitrag »E-Leadership – Führung und Leistungssteigerung in digitalen Kontexten« wird anhand verschiedener Beispiele aus der Praxis gezeigt, dass die aktuellen Veränderungen durch digitale Transformationsprozesse ein neues Führungsverständnis bedingen. In dem Beitrag entwickelt Prof. Zeichhardt ein E-Leadership-Modell, das in Zukunft eine konzeptionelle Basis für die Forschungs- und Beratungsaktivitäten im Rahmen des BMWi-Projektes »Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation« an der BSP darstellt. Der Beitrag ist erschienen im Herausgeberband »Erfolgsfaktor Performance Management« von Dr. H. Künzel im Springer Gabler-Verlag.

Herbert Fitzek
Andreas M. Marlovits

Zum Stand der Dinge

Annäherung
an das
Gegenständliche

Buchpräsentation zum Stand der Dinge

Prof. Dr. Herbert Fitzek und Prof. Dr. Andreas M. Marlovits haben aufgeschrieben, was eine alltagsnahe Psychologie zum Stand der Dinge beitragen kann – und sie haben ihr Konzept ganz konkret an einzelnen Dingen – wie Tiefschnee, Fleisch, Schuhe, Snowboards – ausprobiert. Herausgekommen ist ein Ding, das die Rolle der Alltagsgegenstände für das Erleben in Worte fasst und ins Bild rückt. Zum Anschauen, In-die-Hand-Nehmen, Durchblättern, Abwägen und Aufwiegen waren alle Interessierten am 19.11.2015 zur Buchpräsentation in die Hochschule geladen.



Ein Alltag ohne Dinge ist kaum vorstellbar. Dinge umgeben uns, formen unsere Wirklichkeit maßgeblich mit. Was Dinge leisten, wird klar, wenn wir uns vorstellen, einen Tag ohne Dinge auszukommen: kein Bett, keine Wohnung, kein Outfit, kein Kaffee, keine Zeitung, kein Brötchen... Dinge bestimmen unser Erleben so selbstverständlich, dass wir für ihre Wirkung keinen Blick entwickeln. Wir nehmen sie erst dann wahr, wenn sie fehlen, bockig werden, sich gegen unser Tagewerk verschwören. Den Kampf mit der Tücke des Objekts hat auch digitale Technik nicht überwinden können.



Die Psychologie hat dieses zentrale Kapitel der Erlebenswirklichkeit in ihren Analysen (fast vollständig) ausgespart. Sie befasst sich mit der inneren Wirklichkeit des Menschen, als sei diese näher, realer, bedeutsamer. Aus Sicht der Kultur- und Wirtschaftspsychologie gerät sie damit auf den Holzweg. Denn nicht das innere (Selbst-) Erleben, sondern der Stand der Dinge ist für das Gelingen und Scheitern des Alltags und damit oft auch für Glück und Unglück der Menschen in ihrer Lebenswelt entscheidend.

3

Highlights aus den Studiengängen

MODEMARKETING
KOMMUNIKATIONSMANAGEMENT
WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE
INTERNATIONALE BWL
BUSINESS ADMINISTRATION

Modemarketing



Modemarketing

Der Studiengang Modemarketing an der Schnittstelle zwischen Kreativität und Strategie

Von Claudine Brignot, Studiengangsleiterin Modemarketing

Wenn sich Studienbewerber bei uns vorstellen, dann ist die Antwort auf die Frage »Was führt Sie zu uns?« immer diese besondere Verbindung von Mode und Marketing, die unser Studiengang anbietet, und die ihn einzigartig macht.

Der Modemarketing-Studiengang an der BSP ist noch relativ jung und es ist generell eine neuere Entwicklung, das Modestudium zugleich kreativ und wirtschaftlich auszulegen. Noch vor Kurzem wurde die strategische Seite der Mode, das Management und Marketing, an Universitäten, Fachhochschulen oder Hochschulen fast gänzlich ausgeklammert. Wer ein Faible für Mode hatte, ließ sich zum Modedesigner/zur Modedesignerin ausbilden und musste nach Abschluss des Studiums den wirtschaftlich-strategischen Part des Modebusiness selbst übernehmen, oder an fachfremde Agenturen, Marketingspezialisten und Vertriebsleiter abgeben. Beide Wege erwiesen (und erweisen) sich als nicht optimal. Den Designern fehlt in den allermeisten Fällen das betriebswirtschaftliche Händchen, den »reinen BWLern« oftmals das modeaffine Fingerspitzengefühl.

Nur wer ein Produkt wirklich kennt und liebt, kann dieses auch verkaufen! Aus diesem Grund werden unsere Modemarketing-Studierenden auf ihr Fachgebiet gezielt und umfassend vorbereitet. Sie lernen die Mode mit all ihren Facetten von Grund auf kennen und begreifen Gestaltungsprozesse, indem sie selbst Mode gestalten. Sie setzen Strategien praktisch um, indem sie etwa in Kooperation mit Modedesignern, Events, Kampagnen und Marketingstrategien von Grund auf planen und ausführen.

Ein Modul, das ganz besonders den Gestaltungspart in den Fokus rückt, ist das Modul Modegestaltung und -produktion I und II. Über drei Semester hinweg lernen die Modemarketing-Studierenden die Grundlagen des Modedesigns, von der Recherche über das Modezeichnen, die Schnittentwicklung und Formfindung in Stoff bis hin zur medialen Inszenierung und Umsetzung kennen. Das Thema des Kurses MoMa WS14 hieß »Kimono« und alle Studierenden aus der Studiengruppe haben eine Kollektion für eine selbst gewählte Zielgruppe entworfen und einen Kimono selbst umgesetzt und genäht. Geleitet und bestens betreut wurde das Projekt von dem Modedesigner Mars Rijkse, der selbst in mehreren großen Pariser Modehäusern wie Balmain und Céline gearbeitet hat.

Die abgebildeten Grafiken und Fotos stammen aus dem Modul Modegestaltung II aus dem Kurs Modemarketing WS 2014, der von Mars Rijkse unterrichtet wurde.



Modul M16_
Modegestaltung und
-produktion II
Dozent: Marcel Rijkse
Semestergruppe: MoMa WS14
Modefotografie Kimonos:
Jean-Louis Wolff

Kommunikationsmanagement



Kommunikationsmanagement

Im komplexen Umfeld Position beziehen und vermitteln

Im digitalen Zeitalter wird das Kommunikationsumfeld zunehmend komplex und es steigt die Anzahl von Ansichten und Meinungen, zwischen denen ein Kommunikationsmanager vermitteln muss. Entscheidungs- und Urteilsfähigkeit mit einem Blick auf die Öffentlichkeit, das Organisationsumfeld und die eigene Person lässt sich durch praktische Herausforderungen, Erlebnisse und theoretische Diskussion trainieren.

So besuchte im Seminar »Einführung in die Medien- und Kommunikationswissenschaft« der Erstsemesterkurs KM WS15 die Ausstellung der berühmten Fotokünstlerin »Cindy Sherman – Works from the Olbricht Collection« in der privaten Galerie me Collectors Room. Einmal mysteriös kucken wie im Hitchcock-Film, einmal betont unschuldig wie in der Modefotografie und einmal einfach ganz anders aussehen. Was die Studenten mit Kostümteilen im anschließenden Workshop vor Ort nachstellten, hat die Fotografin Cindy Sherman in ihren verschiedenen Schaffensperioden ausführlich durchexerziert und damit verdeutlicht, wie klassische Malerei, Kino und Werbung die soziale Wahrnehmung beeinflussen. Was Sherman auch wichtig war, ist die Wahrnehmung der Frau in ihrer zugeschriebenen Rolle, die Fragen nach Authentizität und Stereotypen aufwerfen.

In diesem Zusammenhang schloss sich ein Theaterbesuch zu einer Inszenierung des bekannten Regisseurs René Pollesch an der Volksbühne an, der auch wieder zeigte, wie missverständlich die Interaktion von Menschen doch heute ist. Das Thema von Widersprüchen, die verhandelt werden, ist für Kommunikationsmanager zentral. Die Schwierigkeit, »Position zu beziehen«, haben die Studierenden im wortwörtlichen Sinne auch körperlich bei einer Architekturführung im Jüdischen Museum erfahren. Der Bau des renommierten Architekten Daniel Libeskind wird als physische Provokation mit schiefen und schrägen Wänden und Böden erfahren, der Besucher zwingt, seine eigene »Balance« inmitten deutsch-jüdischer Geschichte zu finden. Das schließt an Forschung zu

Architektur als Medium an – sowohl im Museum als auch im Unternehmens- und Konsumkontext – die begleitend vermittelt wird.

Zu Fuß hat sich auch der Kurs KM WS14 bei einer kritischen Stadtführung von Lobbycontrol der Theorie und Praxis von kommunikativen Herausforderungen genähert: Rund um den Reichstag haben sich eine Vielzahl von Unternehmensrepräsentanzen, Verbandsbüros, PR-Agenturen und andere Lobbyisten angesiedelt. In diesem Kontext muss der Kommunikationsmanager auf der einen oder der anderen Seite seine eigene Position finden können und gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Hier steht Kommunikationsmanagement auch im produktiven Spannungsfeld mit den Medien, was auch bei einer Exkursion in den Newsroom der Deutschen Presse Agentur dpa deutlich wurde. Kommunikationsprozesse laufen im hektischen Medienbetrieb zack-zack. Tipps für die erfolgreiche PR-Arbeit in einem solchen Umfeld: Denken wie die Journalisten, Stories anbieten, keine Produkte und: ehrlich sein! Sonst ist der Zug für die partnerschaftliche Beziehung ganz schnell abgefahren.



Der Kurs KM SS15 Kultur- und Eventmarketing ist mit dem Dozenten Gunnar Larsson (BlackBox Events) zur Eröffnung der Berlinale Teil des Black Box Event-Teams und mit vor Ort beim größten Filmfestival Deutschlands. Black Box Events organisiert den Panorama Publikums-Preis, den Radioeins und tip Berlin vergeben, einschließlich der Verteilung und Auswertung der Stimmkarten und der Preisverleihung. Die Kursteilnehmer können hier vor allem einen Einblick in den hohen logistischen Anteil eines Events gewinnen, welches nach außen vor allem als glamouröses Kulturevent in Erscheinung tritt. Allein in der Auswertung der ca. 30.000 Stimmkarten steckt ein

Arbeitsaufwand von 80-90 Stunden, die innerhalb von drei Tagen abgearbeitet werden müssen. Darüber hinaus begleiten die Studierenden das Event »Professorenacht Berlin«, aufgeteilt in Onlinebereiche wie Instagram, Twitter, Facebook Maskottchen und Facebook Event. Die Studierenden sind am Tag vor dem Event direkt an der Erstellung des Einsatzplanes und der letzten Planungen beteiligt und am nächsten Tag im Rahmen einer Exkursion mit im Postbahnhof, wo dann Professoren Berliner Hochschulen als DJs bei einer großen Clubnacht auflegen und sich an einer ungewöhnlichen Form der motivierenden Führungskräfte-Kommunikation versuchen.

Studierende des Faches Kommunikationsmanagement liefern großem Energieversorger frische Ideen



Die Mainova AG ist einer der zehn größten regionalen Energieversorger in Deutschland und der größte in Hessen. Die Mainova ist ein Vollversorger und liefert Strom, Gas, Wasser und Wärme. Wie alle Energieversorger steht auch die Mainova AG vor der Herausforderung sich wandelnder Märkte und der Energiewende: das Commodity-Geschäft generiert Vertriebsergebnisse, die Anzahl von Anbietern und Tarifen steigt, die Absatzmengen sinken und die Eigenerzeugung geschieht zunehmend bei den Endverbrauchern. Dies alles führt zu veränderten Rollen zwischen Produzent, Verteiler und Konsumenten. Vor diesem Hintergrund beschäftigen sich die Studierenden des Kurses KM WS15 im Modul Kommunikationsplanung unter Leitung von Prof. Dr. Thomas Thiessen mit einem Kommunikationskonzept für die Mainova AG, um Neukunden in zusätzlichen Vertriebsregionen und soziodemografischen Zielgruppen (Strom- und Erdgasverbraucher) in Privathaushalten zu gewinnen. Das Modul gibt es einerseits den Studierenden einen konkreten Einblick in betriebliche Fragestellungen und Abläufe rund um das Kommunikationsmanagement – andererseits liefern sie dem Unternehmen einen frischen Blick auf die Gewinnung neuer Kunden, losgelöst von Betriebsblindheit. Die Abschlusspräsentation findet Ende Februar 2016 unter Anwesenheit von Mainova-Managern statt. Das BSP-Magazin wird in seiner nächsten Ausgabe darüber berichten.

BACK TO THE ROOTS

Wirtschaftspsychologie

Wirtschaftspsychologie

Back to the Roots – BSP-Studierende auf dem Weg zu den Quellen der Psychologie

Die Psychologie kommt von Sigmund Freud. Das weiß jeder, und irgendwie will auch jeder Psychologe wissen, »was am Grund der Seele ruht«. Einer, der es aus erster (na sagen wir: aus zweiter Hand) mitbekommen hat, ist der Begründer der morphologischen Psychologie, Prof. Dr. Wilhelm Salber in Köln. Der hat nicht nur auf der Couch bei Anna Freud gelegen und mit ihr über die Ursprünge der Psychoanalyse sinniert, über das, was die Menschen im Innersten bewegt, darüber, warum die Therapeutin bei ihren Sitzungen unbedingt stricken muss und warum das Leben ohne Hund möglich, aber sinnlos ist, sondern eine kulturwissenschaftliche Psychologie begründet, die den Erkenntnissen der Familie Freud mehr zutraut als den Psychologieprofessoren an Universitäten.

Den Mann müssen wir kennen lernen, dachten sich 40 Studierende aus psychologischen Kursen der BSP und machten sich gemeinsam mit einem von der Hochschule gecharterten Bus auf den Weg nach Köln, wo Prof. Salber bereits in seinem alten Institut an der Universität auf sie wartete. Salber erzählte völlig frei und als ob es gestern gewesen sei von seiner Geschichte mit den Freuds und ihren Ansichten über die menschliche Seele. Er zeigte, dass das Individuum keineswegs die Hauptrichtung psychologischer Interessen ist, dass es ohne Kultur in der Psychologie nicht geht und eine Beratung den Menschen auch immer in seiner Kultur abholen muss. Salber hat daraus die Analytische Intensivberatung gemacht, die an der BSP als Zusatzstudium gelernt werden kann.

Dass die Kultur nicht nur beim (Andere-) Beraten hilft, sondern auch den Weg zum (Selbst-) Erleben erleichtert, zeigten die BSP-Professoren, die mit nach Köln gefahren waren und mit Prof. Salber seit Jahren mehr oder weniger bekannt/verwandt sind. Prof. Dr. Herbert Fitzek und Prof. Dr. Daniel Salber öffneten im Museum König den Blick für die moderne Kunst und durch die Kunst hindurch auf die Kunstbetrachter. Sie zeigten, dass sich die Grundlagen der Kultur in Kunstwerken verdichten wie in Salvador Dalis »Bahnhof von Perpignan« und in Pollocks gegenstandslosen Modellierungen. Wer Menschen verstehen will, muss sich mit der Wirkung von Kunst beschäftigen. In allen wirtschaftspsychologischen Kursen sind die Romreisen zum Kunstcoaching ein Highlight. Auch Filme faszinieren – nicht nur Medienpsychologen – durch ihre Wirkung, wenn sie kunstvoll gebaut und wirkungsvoll präsentiert sind.

Was die Exkursion nach Köln angeht, inspirierte außer dem Vortragsprogramm auch die Stimmung in den Kneipen der Domstadt und auf der ausgedehnten Busfahrt zur Diskussion des Gehörten, zum gegenseitigen Vernetzen und Überlegen, wie das Erfahrene weitergegeben werden kann. Die Quellen der Psychologie taugen ja nur, wenn sie für alle erschlossen werden. Seit dem sprudelt es – wenn's gut geht bald auch in Berlin. Dann können wir schon im nächsten Heft berichten, was sich auf dem Weg zu den Quellen konkret ergeben hat...





Internationale BWL

Internationale Betriebswirtschaft

Auslandssemester, spannende Projekte und internationale Hochschulbesuche

Von Michael Bahles, Studiengangsleiter Internationale BWL

Ein großes Highlight im Studiengang IBWL ist, dass sich aktuell der Kurs IBWL WS13 in seinem Auslandssemester befindet. Die Auslandsstationen sind unter anderem das Berkeley College New York, die National University San Diego, die Dublin Business School sowie die JCU Singapur. Als nächster Kurs geht IBWL SS14 im Sommersemester ins Ausland. Hier sind ebenfalls San Diego und Singapur geplant, außerdem das ICM College in Sydney.



Darüber hinaus war ein weiteres Highlight im Studiengang IBWL die Präsentation des Marketing-Projekts des Kurses IBWL SS15 für den BSP-Corporate Partner KPMG. Zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit wurde unter Begleitung des Studiengangsleiters Michael Bahles eine interne Marketingstrategie entwickelt und am 11. Dezember 2015 im Headquarter der KPMG in Berlin vorgestellt (siehe Seite 47 im Heft).

Im Kurs IBWL SS15 stellte außerdem der Senior Brand Consultant Cornelius Hummel von Deutschlands größter Design- und Markenagentur die Tätigkeitsfelder einer Markenberatung vor. Darüber hinaus präsentierten sich zahlreiche internationale Hochschulen in den IBWL-Kursen. Darunter waren die JCU Singapur, Vancouver Island University, University of Canterbury Christchurch New Zealand und Eusa Sevilla.

Als ein weiteres Highlight und positive Entwicklung des Studienganges ist zu nennen, dass dieses Semester der zweite IBWL-Kurs am BSP-Campus Hamburg begrüßt werden konnte. Und in Berlin ist der neue Kurs IBWL WS15 gestartet, der direkt hoch motiviert seine Teilnahme am Alba Studenten-Basketballturnier organisiert hat.



Business Administration

Business Administration (Bachelor)

Theorie und Praxis an verschiedenen Orten

Den richtigen Mix aus Theorie und Praxis zeichnet das Business Administration Studium an der BSP aus. Was das genau bedeutet, zeigen drei Beispiele der vergangenen Wochen und Monaten.

Ein Semester Unternehmensluft schnuppern

Die BA-Studierende des 5. Semesters befinden sich noch bis Ende März im Praktikum – teilweise in kleinen und mittelständischen Unternehmen, teilweise in großen, internationalen Unternehmen. Ziel des Projektstudiums ist es, das in den vergangenen vier Semestern Erlernte auf seine Praxistauglichkeit zu überprüfen und auf konkrete Problemstellungen anzuwenden. Das bisherige Feedback der Studierenden sei überaus positiv, sagt Studiengangsleiter Business Administration, Prof. Dr. Andreas Braun.

Die Komplexität von Software verstehen lernen

Im Modul »Einführung in die Wirtschaftsinformatik« besuchte der Dozent Bernhard Neubauer mit den Studierenden eine Firma, die für Audi und Volkswagen weltweit den Autokonfigurator entwickelt. Die Informationstechnologie (IT) ist für uns heute so selbstverständlich wie die Luft zum Atmen, sagt Neubauer. Wir nutzen Smartphones, Tablets und das Internet, ohne uns Gedanken darüber zu machen, was alles unter der Nutzeroberfläche verborgen liegt. Für diejenigen, die in ihrem Berufsleben informierte IT-Entscheidungen treffen wollen, mag es nicht notwendig sein, über tiefgehende Detailkenntnisse zu verfügen, aber ein Bewusstsein für die Komplexität der Materie ist unabdingbar.

Der Besuch in dem kleinen Kreuzberger Softwarehaus »Das Büro am Draht« ermöglichte einen Blick hinter die Fassade. Das Büro hat für die Audi AG einen Konfigurator programmiert, mit dessen Hilfe Audi-Kunden über eine Webseite die Ausstattung ihres Wagens individuell zusammenstellen können. Die Änderungen sind sofort online zu sehen.

Hinter der Oberfläche des Konfigurators steckt ein hochkomplexes Informationssystem, das Informationen nicht nur für die Kunden, sondern auch für die unterschiedlichen Geschäftsbereiche von Audi bereitstellt, u.a.:

- Für die Kunden:
- Anwendungsfreundliches Design und ausgefeilte Benutzerführung auf der Oberfläche
- Anbindung an eine Datenbank, aus der Preise und Ausstattungsmöglichkeiten direkt selektiert werden
- Abspeicherung von Konfigurationen zur späteren Weiterbearbeitung
- Zugriff auf die Konfiguration über verschieden Endgeräte (PC, Smartphone, Tablet)
- Für Audi:
- Trendermittlung: Stets aktuelle Informationen über Wünsche und Vorstellungen von Kunden
- Bei einer Bestellung: Übergabe der Daten an die Auftragsabwicklung, die Autoproduktion und die Rechnungslegung

Der Audi-Konfigurator ist ein Beispiel dafür, wie durch intelligente Organisation ein Informationssystem entsteht, das für ganz unterschiedliche Bereiche eines Unternehmens von großem wirtschaftlichen Nutzen ist. Die Studenten fanden es bei dem Besuch äußerst interessant zu erfahren, wie eine mit rund 60 Mitarbeitern relativ kleine Kreuzberger Firma ein Partner für große Unternehmen wie Audi und VW werden kann, und welche Chancen und Risiken sich dabei ergeben. Das besuchte Unternehmen beschäftigt hauptsächlich Softwareentwickler. Geschäftsführer Andreas Fauth wies aber auch darauf hin, dass ein Bedarf an jungen Mitarbeitern besteht, die die Projekte managen und die Kommunikation zwischen den Unternehmen konstruktiv steuern können.

Business Administration (Bachelor)

Bei der Air Berlin-Hauptversammlung in London

Von Miriam Schmitt und Leonard Kluck



Im Zuge unseres Moduls »Investition und Finanzierung« mit unserem Dozenten Thomas Ehrich organisierten Studierende der Studiengänge BA WS13 und BA SS14 eine Fahrt zur Hauptversammlung von Air Berlin in London. Grundvoraussetzung für die Teilnahme an einer Hauptversammlung ist zuerst der Kauf von Aktien. Unser Dozent überzeugte uns, dass jeder Wirtschaftsstudent mindestens einmal in seinem Leben eine Aktie besitzen haben sollte. Daher entschlossen sich eine Reihe Kommilitonen, ein Handelsdepot zu eröffnen um anschließend einige der günstigen Aktien des börsennotierten Unternehmens Air Berlin zu kaufen. Durch diesen Aktienkauf wurden wir zu Aktionären von Air Berlin und erhielten somit das Recht zur Teilnahme an der alljährlichen Hauptversammlung. Am 22. Juni 2015 reisten wir nach London, unternahmen eine nächtliche Themsefahrt durch das beleuchtete London mit anschließendem volkstümlichen Pub-Besuch. Am darauffolgenden Morgen machten wir uns auf den Weg zum Park Inn Hotel am Flughafen Heathrow, wo um 11 Uhr die Hauptversammlung begann. Bereits zu diesem Zeitpunkt kam der erste Verdacht auf, dass Air Berlin seine Hauptversammlung bewusst aktionärsunfreundlich gestaltete. Schon zu Beginn der Veranstaltung fiel uns auf, dass der seit Februar gewählte CEO Stefan Pichler kein sonderliches Interesse an der Präsentation der

vergangenen Geschäftszahlen zeigte. Herr Pichler schien von allen Beteiligten am wenigsten Zeit und Lust mitgebracht zu haben, was er mit seinem rasanten Präsentationsstil demonstrierte. Darüber hinaus blieben leider viele Fragen der Aktionäre und Investoren unbeantwortet. Ein weiterer Punkt, der uns Studenten recht schnell auffiel, war die auf voller Leistung laufende Klimaanlage, die uns alle dazu zwang, in Jacke und Schal zu schlüpfen.

Auf der Hauptversammlung wurde der Geschäftsbericht und Jahresabschluss 2014 präsentiert und über die Wahl des Aufsichtsrates, die Wiederbestellung des Wirtschaftsprüfers, die Ermächtigung zur Vornahme von politischen Spenden und der Änderung der Gesellschaftssatzung, abgestimmt.

Trotz eines unsympathisch wirkenden Managements, das leider kaum auf seine Aktionäre einging, war die Veranstaltung für uns Studenten sehr interessant, um den generellen Ablauf einer Hauptversammlung kennenzulernen. Wir bekamen einen Einblick in die Geschäftsstrukturen, die hierarchischen Strukturen und den bürokratischen Aufwand eines börsennotierten Unternehmens und haben wichtige Kernelemente des Wirtschaftsstudiums einmal direkt erfahren. Wir freuen uns bereits jetzt auf unsere nächste Reise, die uns in die russische Landeshauptstadt Moskau führen wird.

Business Administration (Master)

Der richtige Mix aus Theorie und Praxis



Training von Soft Skills

Forming, Storming, Norming & Performing! 45 Studierende aus Berlin und vom Campus Hamburg sind im Dezember gemeinsam zu einem mehrtägigen Seminar ins Schloss Kröchlendorff bei Prenzlau gereist, um »Outside the Box« bei fast frühlingshaften Temperaturen diverse Soft Skills zu trainieren. Unter der Leitung von Prof. Zeichhardt und zusammen mit einem tollen Trainerteam wurden im Rahmen diverser Szenarien schwierige Konfliktsituationen simuliert, Kommunikationsstrategien reflektiert und komplexe Gruppenphänomene analysiert. Action & Reflection!

Ready for take off?! Studierende des Master Business Administration beim Airport Campus BER.

Wann werden die ersten Passagiere am BER abheben? Warum sind Großprojekte wie Flughäfen so schwierig zu managen? Wie sieht die Zukunft des Flughafenstandortes Berlin aus? Antworten auf diese Fragen haben Studierende im Rahmen der exklusiven Veranstaltung »Airport Campus« am Flughafen Berlin Brandenburg erhalten. Anschließend an den Vortrag des Vorsitzenden der Geschäftsführung FBB Dr. Karsten Mühlenfeld ging es dann mit Signalwesten und Bauhelmen auf einen geführten Rundgang durch die Terminals des BER, die schon lange darauf warten, dass es heißt: Ready for take off...



4

Campus-Leben



Kooperation mit KPMG

KPMG gehört in Deutschland zu den führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen. Es zählt neben ALBA Berlin und Siemens zu den Top-Partnern der BSP Business School Berlin. Die Kooperation der Hochschule und des Unternehmens umfasst Projekte mit Studierenden der Hochschule sowie einen anderen Zugang zum Recruiting im Unternehmen. Ansprechpartner für die Studierenden ist Felix Kern aus dem Bereich Audit Communications bei KPMG, der an der BSP sein Studium des Kommunikationsmanagements abgeschlossen hat.

Wir stellen Euch hier ein Projekt mit dem Studiengang IBWL vor, interviewen den Manager Christoph Krause über den Beruf des Wirtschaftsprüfers und befragen Felix Kern über seinen Einstieg und seine Perspektiven bei KPMG.

Kooperation mit KPMG

Vertrauen erhalten und Verantwortung zeigen: Unternehmensberatung schon im 2. Semester

Von Michael Bahles, Studiengangsleiter IBWL

Ein »echtes« Beratungsprojekt für die große Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG in Berlin hat der Kurs IBWL SS15 im vergangenen Wintersemester in der Hand gehabt. Das ist schon was, einen der so genannten Big Four – wie die größten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften genannt werden – zu beraten. Entsprechend motiviert agierten dann auch die Projektgruppen des Kurses im Modul »Marketing-Projekt« unter der Leitung von Michael Bahles. In einem klassischen Beratungsprozess, der am 16. Oktober 2015 mit einem Briefing des KPMG-Partners Per Neumann begann, arbeiteten sich die Studenten in die Thematik ein und planten das Beratungsprojekt bis zur großen Abschluss-Präsentation am 11. Dezember 2015.

Die Projektaufgabe war die »Entwicklung einer internen Marketingstrategie zur weiteren Stärkung der Mitarbeiter-Zufriedenheit« – ein zentrales Thema für jede Organisation. Es zeugt schon von großem Vertrauen, dass ein Unternehmen wie die KPMG ein so wichtiges Thema an die Studentengruppe der BSP gegeben hat. Das wussten die Projektbeteiligten auch zu schätzen, vor allem die umfassende und professionelle Betreuung der Projektgruppe durch die KPMG: Drei Partner waren involviert (Patrick Waubke, Marius Sternberg, Per Neumann). Felix Kern, ehemaliger BSP-Student, informierte kontinuierlich über die Unternehmensorganisation der KPMG. Auch vor Ort wurde die Projektgruppe der BSP hervorragend betreut von Human Resources, Assistentinnen und internen Mitarbeitern.

Außerdem ist herauszustellen, wie offen und transparent sich das Unternehmen dargestellt hat. Die Projektgruppen konnten mehrmals im KPMG-Gebäude arbeiten – »on the job«, wie es so schön heißt. KPMG organisierte interne Interviews, damit die Studierenden herausfinden konnten, was die Mitarbeiter wirklich bewegt und was ihnen für die Zufriedenheit bei der Arbeit wichtig ist. Dies war für die Studenten auch eine besondere Erfahrung, denn die meisten hatten noch keine Interviews in einem solchen Kontext geführt. Der Studiengangsleiter IBWL und Projektbetreuer Michael Bahles war deswegen im besonderen Maße beeindruckt von der Arbeit der Studenten. Wie Profis führten sie die Interviews und werteten diese genau im richtigen Maße aus.

Festzuhalten ist, dass die KPMG mit solchen Projekten genau in die richtige Richtung geht: Sich zu öffnen, transparent zu sein, zu erfragen, was den Mitarbeitern wichtig ist und den Mut zu haben, auch einmal Studierenden ein so zentrales Thema anzuvertrauen. Denn das war auch eine zentrale Erkenntnis der Projektforschung für eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit: Eine offene, wertschätzende und dadurch vertrauensvolle Kommunikation zwischen Unternehmen und Mitarbeitern.

KPMG-Statements zum Projekt



Statement zum Projekt von Per Neumann:

»Wir haben im Wesentlichen ein Asset: unsere MitarbeiterInnen! Daher ist es uns umso wichtiger, dass diese sich bei uns »wohl fühlen« und insgesamt als Team stets eine sehr gute Leistung erbringen können. Dafür wollen unsere Mandanten uns haben – und dafür bezahlen sie uns. Hierzu müssen wir uns laufend verbessern und motivieren. Die Business School Berlin hat uns in unserem Projekt hierbei tatkräftig unterstützt.«

KPMG
Partner,
Audit



Statement zum Projekt von Patrick Waubke:

»Wir waren sehr angetan von den konstruktiven und fundierten Vorschlägen der Studierenden und beeindruckt von den engagiert vorgebrachten Präsentationen. Wir danken für die vertrauensvolle Zusammenarbeit und freuen uns auf weitere spannende, gemeinsame Projekte.«

Kooperation mit KPMG Fragen an Christoph Krause

Manager der KPMG AG, Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Interview mit
Christoph Krause



Was ist der Wirtschaftsprüfer?

Der Wirtschaftsprüfer übt einen freien Beruf aus und bekleidet ein öffentliches Amt. Es ist die Vorbehaltsaufgabe des Wirtschaftsprüfers, gesetzliche Abschlussprüfungen durchzuführen und einen Bestätigungsvermerk über die Vornahme und das Ergebnis einer solchen Prüfung zu erteilen. Die originäre Aufgabe ist daher die Prüfung von Jahres- und Konzernabschlüssen. Darüber hinaus ist der Wirtschaftsprüfer aufgrund seines Wissens und seiner fachlichen Qualifikation immer häufiger in beratender Funktion etwa zu Fragen der Betriebsführung und Organisation, Finanzierung, Kaufpreisfindung oder der Unternehmensführung sowie in gutachterlicher oder treuhänderischer Funktion tätig. Letztlich ist er auch berechtigt, seine Mandanten in steuerlichen Angelegenheiten zu beraten und zu vertreten. Man kann also sagen, dass der Wirtschaftsprüfer die gesamte Palette betriebswirtschaftlicher Themenstellungen in seinem Berufsbild vereint.

Welche Bereiche der Tätigkeit finden Sie persönlich besonders spannend?

Als Wirtschaftsprüfer möchte ich natürlich prüfen. Aber was genau heißt prüfen eigentlich. Prüfen bedeutet mehr, als sich anhand der berufsständischen Anforderungen mit dem Prüfungsansatz oder der Bilanzierungspraxis des Mandanten auseinander zu setzen. Prüfen heißt hinter die Kulissen schauen, prüfen heißt verstehen, und zwar alles! Angefangen vom Geschäftsfeld des zu prüfenden Unternehmens, der internen Struktur, der Arbeitsabläufe, Prozesse, Entscheidungswege, des internen Kontrollsystems, der Geschäftsvorfälle und deren bilanzieller Abbildung bis hin zur Branche, in welcher der Mandant tätig ist, ihren Trends und Entwicklungen. Einen tieferen Einblick hinter die Kulissen der Wirtschaft erhält man in keinem anderen Beruf. Prüfen bedeutet aber auch Interaktion



und Kommunikation, an verschiedenen Standorten, bei unterschiedlichsten Mandanten, innerhalb des Prüfungsteams und insbesondere auch mit vielen verschiedenen Persönlichkeiten bis hin zur höchsten Leitungsebene des Mandanten.

Prüfen heißt darüber hinaus aber eben auch beraten. Zum einen zeigt man dem Mandanten durch Prüfungsfeststellungen notwendige Verbesserungen auf. Im Anschluss daran aber auch durch Vorschläge und Hilfestellungen im Rahmen des gesetzlich Zulässigen bis hin zur prüfungsnahen Beratung Unterstützung leisten zu können, verdeutlicht zum anderen den besonderen Mehrwert des Wirtschaftsprüfers. Zusammenfassend ist es also die abwechslungsreiche Tätigkeit kombiniert mit der Tatsache, dass es keinen typischen Arbeitsalltag gibt.

Welche Gründe gibt es, den Beruf zu ergreifen?

Auch wenn der Weg zum Wirtschaftsprüfer wahrscheinlich nicht der einfachste ist, wenn man es geschafft hat, gibt es kaum ein besseres Gefühl.

Der Beruf des Wirtschaftsprüfers ist dabei eine höchstpersönliche Leistung und als freier Beruf konzipiert. Eigenverantwortlich zu agieren und die eigene Entscheidung treffen zu können – trotz der Regeln eines Anstellungsverhältnisses und unter Beachtung der allgemeinen Berufsgrundsätze – und darauf bauen zu können, dass Mandanten, Menschen und Märkte meinem Urteil vertrauen und meine Meinung schät-

zen. Zu guter Letzt ist es insbesondere die Tatsache eines sich ständig ändernden Umfelds, was den Beruf für mich zu einem der herausforderndsten, aber eben auch spannendsten Berufe macht.

Was sind die Karrierechancen und Entwicklungsmöglichkeiten?

Grundsätzlich sind die ersten Jahre der beruflichen Tätigkeit in einer Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wie der KPMG durch eine qualitativ sehr hochwertige fachliche Ausbildung »on the job« geprägt. Das wissen auch die Unternehmen in der freien Wirtschaft zu schätzen. Wenn Mitarbeiter sich eines Tages doch gegen das Berufsexamen entscheiden und die Seiten wechseln, stehen ihnen jede Menge Möglichkeiten beispielsweise im Finance-Bereich von Industrie und Wirtschaft offen. Die Entscheidung zum Ablegen des Wirtschaftsprüferexamens ist meines Erachtens eine höchst persönliche, die jeder Einzelne zur gegebenen Zeit treffen sollte. Wenn man es dann allerdings hinter sich gebracht hat, sind die Entwicklungsmöglichkeiten sehr vielfältig und im Regelfall äußerst spannend und lukrativ. Dies liegt nicht zuletzt an der überschaubaren Anzahl von zugelassenen Wirtschaftsprüfern in Deutschland. Der Beruf bietet ein breites Einsatzgebiet, sowohl im Rahmen der klassischen Abschlussprüfung über diverse Branchen wie etwa Automobilbau, Immobilien oder Telekommunikation, als auch im Rahmen beratenen Tätigkeiten. Die Ausgestaltung als

freier Beruf macht es allerdings auch möglich, als niedergelassener selbständig tätiger Wirtschaftsprüfer zu agieren und sich sein Aufgabenfeld völlig eigenverantwortlich zu gestalten.

Was müssen Studenten mitbringen um bei KPMG Wirtschaftsprüfer zu werden, und wie gelingt der Einstieg?

Der klassische Weg führt über ein abgeschlossenes Hochschulstudium in den Studienrichtungen Wirtschaftswissenschaften – insbesondere mit den Schwerpunkten Rechnungswesen, Finanzierung und Controlling – Volkswirtschaft oder mit juristischem Hintergrund. Grundsätzlich steht der Weg auch Absolventen eines Studiengangs ohne wirtschaftswissenschaftliche Ausrichtung offen, allerdings erfordert der Beruf ein breit angelegtes betriebswirtschaftliches Wissen, kaufmännisches und unternehmerisches Denken.

Die akademische Qualifikation, ob Bachelor oder Master, ist für den Einstieg bei KPMG wie auch für das Berufsexamen zunächst nicht relevant. Für das Examen verlangen die Zulassungskriterien von Bachelorabsolventen jedoch ein Jahr längere berufliche Tätigkeit. Die KPMG besitzt wie jedes andere Unternehmen auch einen Anforderungs- und Kriterienkatalog, an welchem sich die Bewerber messen lassen müssen. Grundsätzlich gilt, dass der Abschluss in der Regel zumindest einem Prädikatsabschluss zu entsprechen hat. Auch Fremdsprachenkenntnisse und praxisrelevante Praktika sind wün-

schenswert. Letztlich hängt es jedoch immer vom Einzelfall ab, was für und was gegen einen Bewerber spricht. Der Einstieg erfolgt dann entweder direkt oder über ein Traineeprogramm. Ich persönlich hatte zunächst ein Praktikum absolviert, um im Anschluss direkt einzusteigen.

Der Weg zum Wirtschaftsprüfer ist dann sehr individuell. Die KPMG unterstützt seine Mitarbeiter durch ein Examensbudget, was zur Finanzierung von Kursgebühren und Literaturbeschaffung genutzt werden kann. In der Vergangenheit führte der Weg oftmals über das Steuerberaterexamen zum verkürzten Wirtschaftsprüferexamen. Neuerlich werden jedoch auch das sogenannte Voll-WP-Examen sowie das verkürzte Examen infolge eines berufs begleitenden akkreditierten Masterstudiengangs häufiger angenommen. Am Ende heißt es jedoch für jeden Weg: Lernen! Wenn die persönlichen – das betrifft insbesondere die eigene Motivation – und formalen Zulassungskriterien der WPO (Wirtschaftsprüferordnung) erfüllt sind, ist es Zeit, das Berufsexamen anzugehen.

Für den Erfolg im Beruf und bei der KPMG sind meines Erachtens vor allem analytisches Denken, eine schnelle Auffassungsgabe und Adaptionfähigkeit, Kommunikationsfähigkeit, Zahlenverständnis und die Bereitschaft, sich in Sachverhalte heranzuarbeiten und den Tatsachen auf den Grund zu gehen von besonderer Bedeutung. Lernbereitschaft und der Wille, sich neue Dinge anzueignen und Verantwortung übernehmen zu wollen runden das Bild ab.

Kooperation mit KPMG

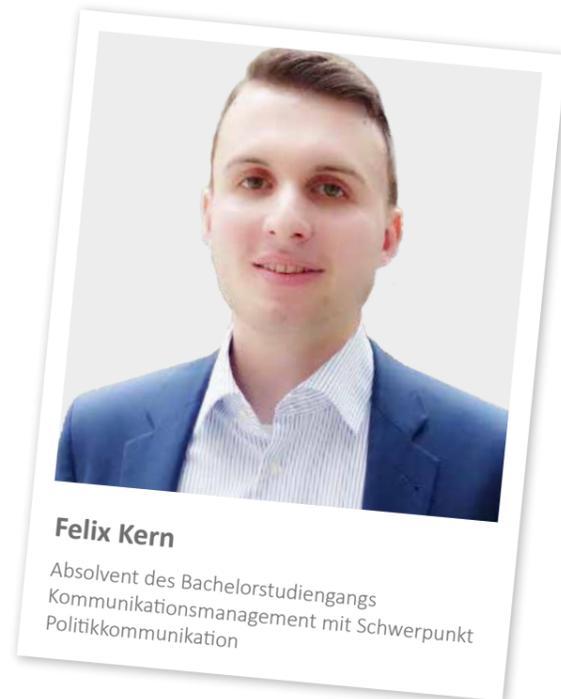
Ein Interview mit Felix Kern

Audit Communications,
bei KPMG in Berlin

Wie sind Sie zu KPMG gekommen, können Sie uns Ihren Weg kurz beschreiben?

Bevor ich festangestellter Mitarbeiter wurde, habe ich rund zwei Jahre lang als Werkstudent für KPMG gearbeitet. Entstanden ist die Idee während der Suche nach einem Nebenjob, der sich mit meinem damaligen Vollzeit-Studium vereinbaren ließ. Der Tipp kam von meiner Nachbarin, die damals als Senior Managerin bei KPMG tätig war. Daraufhin habe ich mich im IT Strategy Consulting-Bereich beworben. Ein Bewerbungsgespräch und ein Telefoninterview später stand fest, dass ich die Stelle bekommen würde.

In diesem Bereich blieb ich sechs Monate, bevor mein damaliger Vorgesetzter und ich uns zusammensetzten, um einen Bereich zu finden, in dem ich meine Fähigkeiten noch besser einbringen konnte. Ich führte ein internes Bewerbungsgespräch mit einer Senior Managerin aus dem Bereich Audit Governance & Assurance und fing dort als Werkstudent mit dem Schwerpunkt öffentlicher Sektor an. Diese Stelle übte ich die restlichen anderthalb Jahre aus. Durch meine freiwillige Mitarbeit bei internen deutschlandweiten Projekten fiel ich schnell den Vorgesetzten auf. Dennoch stand die Festanstellung bis kurz vor dem Bachelorabschluss noch nicht fest. Durch mein Netzwerk erfuhr ich, dass das Audit Leadership Team noch einen festen Mitarbeiter für Kommunikation sucht. Vor einem weiteren Bewerbungsgespräch mit einem Vorstandsmitglied war ich recht aufgeregt, aber mir wurde mitgeteilt, dass das Unternehmen Potential in mir sähe, und ich wurde gefragt, ob ich mir zutrauen würde, die interne und externe Kommunikation des Audit Leadership Teams zu planen, zu koordinieren und stetig weiterzuentwickeln. Zum 1. Oktober 2015 wurde ich fest angestellt.



Felix Kern

Absolvent des Bachelorstudiengangs
Kommunikationsmanagement mit Schwerpunkt
Politikkommunikation

Wie kann sich ein Quereinsteiger bei KPMG zum Wirtschaftsprüfer entwickeln, beziehungsweise was sind Ihre zukünftigen Karriere-Pläne?

Das ist eine gute Frage, die nach fünf Monaten als Festangestellter sehr schwer zu beantworten ist. Unternehmen wie KPMG werden in der Zukunft auf Quereinsteiger nicht verzichten können. Sich am Markt von den Wettbewerbern abzusetzen und sich Bestandsmandate zu sichern, wird nur durch klare Differenzierungsmerkmale der angebotenen Leistung möglich sein. In diesem Jahr tritt die neue EU Audit Reform in Kraft, die eine Pflicht-Rotation von Abschlussprüfern und Prüfungsgesellschaften beinhaltet, dies bedeutet im Klartext, dass Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in einem festen Zeitintervall bestimmte Mandate niederlegen müssen und dies stellt alle großen Wirtschaftsprüfungsgesellschaften vor neue Herausforderungen. Querdenker und Quereinsteiger sind oft sehr wertvoll für ein Team, da sie aus einer anderen Perspektive denken und so oft Innovationen liefern. Mein Plan für die Zukunft ist es, erstmal diese Innovation durch die

Stärkung und ständige Weiterentwicklung der Kommunikation des Audit Leadership Teams zu begleiten und möglichst viele neue Ansätze bei meiner Arbeit zu entwickeln, wie dies praktisch umgesetzt werden kann.

Welchen Tipp würden Sie BSP-Studierenden mitgeben, die sich für eine solche Beschäftigung interessieren?

Studierenden würde ich generell raten, bei so großen Unternehmen immer die Möglichkeiten zur Weiterentwicklung zu nutzen und im Fokus zu haben. Ein Vorteil an so einem Unternehmen wie KPMG sind die vielen Tätigkeitsbereiche. Da ist fast für jeden der passende Job dabei. Man sollte sich im Idealfall vorab im Rahmen eines Praktikums oder einer Werkstudententätigkeit einen Eindruck vom Unternehmen verschaffen und sich intern sein eigenes Netzwerk aufbauen. Ein internes Netzwerk ist in einem Unternehmen mit rund 162.000 Mitarbeitern an Standorten in 155 Ländern unerlässlich.



BSP GründerCampus

Entrepreneure für die Stadt der Zukunft – BSP GründerCampus mit spannenden Geschäftsmodellen

Am 3.12.2015 fand im Konzertsaal der Siemens Villa der GründerCampus 2015 statt. Es war der 5. jährliche GründerCampus der BSP. Diesmal gaben wir zum Thema »Entrepreneure für die Stadt der Zukunft« Start-ups die Möglichkeit, ihre Geschäftsmodelle vorzustellen, kritisches Feedback einzuholen und mögliche Beteiligungspartner zu gewinnen. Das Publikum bestand aus den Mentoren, aus Vertretern von VC-Gesellschaften, aus Studierenden und Dozenten der BSP Business School Berlin. Der Konzertsaal war voll besetzt bis auf den letzten Platz.

Inhaltlich ging es um sogenannte smarte Geschäftsmodelle, die die Alltagsabläufe in Beruf und Privatleben in der wachsenden Gesellschaft erleichtern sollen. Sechs Start-ups stellten ihre Geschäftsidee vor. Im Rahmen des GründerCampus wurden die einzelnen Modelle sowohl im Gesamtplenum vorgestellt, als auch in parallelen Einzelsessions kritisch hinterfragt. Am Ende investierte das Publikum eine virtuelle (crowd) Finanzierung in die Geschäftsidee. Das Start-up mit der höchsten virtuellen Investitionssumme gewann als Preis eine Teilnahme am exklusiven internationalen CEO-Roundtable der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft EY mit Investoren.

Mitveranstalter des BSP-GründerCampus 2015 waren diesmal die Investitionsbank Berlin (IBB) mit ihrem Businessplan-Wettbewerb (BPW), die Beratungsgesellschaft EY (ehemals Ernst & Young) und die Berlin Digital Group.

Wir freuen uns sehr, dass wir mit Nicolas Zimmer einen prominenten Keynote-Speaker gewinnen konnten. Nicolas Zimmer ist Vorstandsvorsitzender der Technologiestiftung Berlin und Start-up-Gründer (u.a. der E-Book-Plattform Liberio). Bis 2012 war er Staatssekretär in der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft und zuvor ab 1998 Mitglied des Abgeordne-

tenhauses von Berlin. Nicolas Zimmer machte noch einmal klar, welche enormen Potenziale das Thema Smart City in Hinsicht auf Gründungsideen und Geschäftsmodelle hat, forderte zugleich aber bessere politische Rahmenbedingungen und ein klareres Netzwerkverständnis ein. Er machte in seinem lebendigen und kompetenten Vortrag den Studierenden Mut, sich als Unternehmer aufzustellen. Die Zeit ist günstig.

Folgende Start-ups stellten anschließend ihre Geschäftsmodelle in kompakter Form vor:

- **Sunride** ist eine Softwarelösung zur einfachen Verwaltung von innovativen Solarprojekten. www.sunride.net
- **Enerkeep** ist ein internationales Team von Software- und Energieexperten und fördert die Eigenversorgung mit sauberer Energie in Haus, Stadt und Region. <http://enerkeep.de/DE/de>
- **Green city Solutions** entwickelt eine Klima-Infrastruktur, um den Städten bei der Bekämpfung der Luftverschmutzung zu helfen. <http://greencitysolutions.de>
- **Binee** ist ein an innovatives, smartes Recyclingkonzept mit Smartphone-Applikationen für eine saubere Stadt. www.binee.com
- **BeatMe** ist eine innovative Social Community, die auf einer social photo gaming App basiert und neue Möglichkeiten des urbanen Brandings von Marken schafft.
- **TruckIn** ist ein Community-Marktplatz und eine Recruitment-Plattform, die Fuhrunternehmen mit Verladeunternehmen, Spediteuren und Fahrern verbindet.

Anschließend an die Kurzpräsentation gingen die Start-ups in intensive Feedback-Sessions. Das Publikum konnte wählen, welcher Einzelsession es sich zuordnete.

Jede der sechs Einzel-Sessions wurde von hochkarätigen Mentoren begleitet:

- Prof. Dr. Andreas Braun, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der BSP
- Dr. Diethard Bühler, Seniorpartner der BDG Berlin Digital Group
- Prof. Dr. Stephan R. Göthel, Professor für Wirtschaftsrecht an der BSP und Partner der Hamburger Anwaltssozietät Pier 11
- Regine Haschka-Helmer, CEO der Beratungsgesellschaft Seedlab GmbH
- Tanja Kufner, Leiterin des startupbootcamp Berlin
- Nick Lawitzke, Partner bei omni vigore Beteiligungen
- Dirk Maass, IBB Business Team GmbH, Projektleiter des Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg (BPW)
- Nathalie Mielke, Partnerin EY
- Ulrich Plett, bis 2015 Niederlassungsleiter EY Berlin, heute selbstständiger Wirtschaftsprüfer
- Robert Schwarz, Geschäftsführer der omni vigore Beteiligungen

Am Schluss setzte sich im Wettbewerb die Logistik-Plattform TruckIn mit beeindruckender Professionalität und einem überzeugenden, tragfähigen Businessplan-Ansatz durch. Das Publikum stand diesem Start-up das mit Abstand höchste Investment zu. Aber auch die Ideen des BSP-Studierenden-teams rund um BeatMe konnten ein erhebliches virtuelles Investment einsammeln. EY-Partnerin Nathalie Mielke und Ulrich Plett überreichten am Schluss den Preis an TruckIn.

Wir bedanken uns bei allen Mentoren, Start-up-Unternehmern und Studierenden der BSP, die diesen spannenden Nachmittag ermöglicht haben. Wir freuen uns schon auf den GründerCampus 2016

Was ist der BSP-GründerCampus?

Der BSP-GründerCampus ist eine Serviceplattform für Studierende und Absolventen der BSP Business School Berlin und für alle externen Gründer, die eine eigene Geschäftsidee entwickeln und umsetzen wollen. Der GründerCampus berät und begleitet von der ersten Ideenprüfung über die Businessplan-Entwicklung bis hin zur Gründung und Finanzierung eines Start-ups. Im Sinne der Förderung von unternehmerischem Denken und Handeln werden studentische Unternehmen im GründerCampus ausdrücklich gefördert und tatkräftig unterstützt. Neben der Beratung und professionellen Begleitung haben die Gründer einmal pro Jahr im November die Möglichkeiten, ihre Geschäftsidee vor einem ausgewählten Kreis potenzieller Business Angels und Venture Capital Partner zu präsentieren und kritisch zu hinterfragen.

Auch im Web

www.businessschool-berlin.de/hochschule/career-center-international-office/gruendercampus

News aus dem International Office

Internationale Gäste an der BSP



Im Oktober und November 2015 erfreute sich die Siemens Villa zahlreicher Gäste ausländischer Kooperationshochschulen. Studierende konnten sich durch Präsentationen aus erster Hand über ihre Study Abroad-Optionen in San Diego, Sydney, Vancouver Island, Sevilla, Málaga, Christchurch und Singapur informieren. Im November reisten der Studiengangsleiter IBWL Michael Bahles und Alexander Trefz (Leiter International Office) zur diesjährigen BUSINET-Konferenz. Auf ihrer Agenda stand der Austausch mit vielen der rund 150 Delegierten des Netzwerkes von Businessschulen.

Neue Hochschulkooperationen



Bond University

Im Zuge des Ausbaus ihres Netzwerkes an internationalen Kooperationshochschulen konnte die BSP ihren Studierenden weitere Möglichkeiten für ihr Auslandssemester schaffen. Kooperationsverträge wurden unter anderem mit der Bond University (Gold Coast, Australien), der Emirates Academy (Dubai) sowie der Beijing Foreign Studies University (Peking) geschlossen. Einen aktuellen Überblick über das stetig wachsende Netzwerk finden Sie auf der Seite <http://www.business-school-berlin/career-center-international-office/hochschulkooperationen/>

Die private Bond University an der Gold Coast wurde 1989 gegründet und gehört mit etwa 50 Prozent internationalen Studenten aus über 50 Ländern zu den internationalsten Hochschulen Australiens. Besonders die Bereiche Wirtschaft, Recht und Kommunikationswissenschaften haben sich einen Namen gemacht. Die Universität garantiert eine sehr persönliche Betreuung ihrer Studenten, da sie mit einer Quote von 12:1 das beste Student-Dozenten-Verhältnis Australiens vorweisen kann. Ihre drei Semester pro Jahr mit Beginn jeweils im Januar, Mai und September sind zeitlich gut mit dem akademischen Kalender der nördlichen Hemisphäre zu vereinbaren. Deshalb ist das Studium an der Gold Coast insbesondere im September-Semester sehr beliebt.



Der Bond Campus liegt in Robina an der Gold Coast nahe Surfers Paradise, rund 80 km südlich von Brisbane, der Hauptstadt des Bundesstaates Queensland. Die sonnige Region ist berühmt für ihre Surfstrände, Nationalparks und Gebirge im Hinterland und ist ein Anziehungspunkt für australische und ausländische Touristen. Durch die gute Flughafenbindung an Coolangatta und Brisbane sowie Bus- und Eisenbahnlinien ist die Gold Coast gut zu erreichen und bietet einen idealen Ausgangspunkt für Reisen zum Great Barrier Reef, der Sunshine Coast und nach Byron Bay. Die Bond University hat etwa 3.800 Studenten, von denen ca. 1.500 internationale Studenten sind.

PROMOS und ERASMUS+-Stipendien

2015 konnten insgesamt 14 BSP-Studierende durch ein PROMOS-Stipendium finanziell unterstützt werden. Gefördert wurden Auslandsaufenthalte mit akademischem Hintergrund in Norwegen, Irland, Singapur, Südafrika, den USA, Australien und Indien. Dabei wurden rund 10.000 € an die Studierenden ausgeschüttet. Auch für 2016 hat sich die BSP erfolgreich beim Deutschen Akademischen Austauschdienst um die Bereitstellung der Fördermittel beworben, interessierte Studierende achten auf Ausschreibungen des International Office über Trainex.

Zudem freuten sich vier Studierende über eine finanzielle Unterstützung in ihrem Auslandspraktikum. Zum Wintersemester 2015/2016 konnten ihre Auslandsaufenthalte in Irland, England und Portugal erstmals über ERASMUS+ gefördert werden.

Förderung

PROMOS ist ein finanzielles Förderprogramm des Deutschen Akademischen Austauschdienstes zur Unterstützung verschiedenster Auslandsaufenthalte während des Studiums. Die BSP hat sich auch 2015 erfolgreich um diese Mittel beworben und unterstützt ihre Studierenden bei der Realisierung einer Auslandserfahrung. Stipendienausschreibungen werden über Trainex und Aushänge hochschulintern bekannt gemacht. Detaillierte Informationen über das Stipendienprogramm finden Interessenten auf der BSP-Website.

ERASMUS+

Der DAAD bewilligte der BSP Stipendienmittel für Auslandsaufenthalte in den nächsten zwei Jahren. An dem Programm ERASMUS+ nehmen alle 28 Mitgliedsstaaten der EU, sowie Norwegen, Island, Liechtenstein und die Schweiz teil. Gefördert werden sollen vor allem Auslandspraktika. Um auch Auslandssemester fördern zu können, werden in den nächsten Monaten gezielt neue Hochschulkooperationen im ERASMUS-Raum ausgebaut. Eine Ausschreibung für die ERASMUS+ Mittel wird es in Kürze über das International Office geben.



Mit Erasmus+ in Dublin: Arbeitserfahrung im Ausland nach dem Abschluss Von Maxine Gröger (B.A. Wirtschaftspsychologie)

Es gibt viele Möglichkeiten, wie es nach dem Bachelorabschluss weitergeht. Ich habe mich für ein Gap Year entschieden und dieses begann mit einem Praktikum in Dublin. Ich wollte schon lange ins Ausland gehen, um mein Englisch zu verbessern, eine andere Kultur kennenzulernen und um weitere Erfahrungen in einem anderen Fachbereich des Feldes Human Resources, nämlich im Recruiting, zu sammeln. Ein Bekannter absolvierte sein Praktikum zu der Zeit bei der Firma Comfort Keepers in Dublin und war so begeistert, dass ich mich für diese Firma zu interessieren begann.

Der Bewerbungsprozess verlief schnell – innerhalb einer Woche bewarb ich mich mit allen Unterlagen, führte ein Telefoninterview und erhielt eine Zusage. Zur gleichen Zeit erhielt ich die E-Mail von der BSP, dass sie zum ersten Mal Erasmus+ Stipendien vergeben, was mich sehr gefreut hat, da dieses Praktikum unbezahlt ist. Nachdem ich mich mit einem Motivationsschreiben, Lebenslauf und allen Zeugnissen beworben hatte, bekam ich die Nachricht, dass ich von dem Erasmus+ Programm gefördert werde.

In Dublin habe mich gut eingelebt. Auf der Arbeit gibt es immer viel zu tun und ich bekomme viel Verantwortung übertragen. Die Firma ist im Homecare Bereich angesiedelt und dafür verantwortlich, gute Pfleger für ältere pflegebedürftige Menschen zu identifizieren und auszuwählen. Dieser Prozess beinhaltet beispielsweise Telefonscreenings, Interviews sowie die Organisation von Trainings. In jeden dieser Schritte bin ich involviert und muss viel mit Pflegern und Vorgesetzten telefonieren, wodurch sich mein Business English bereits verbessert hat. Die Firma ist international; so arbeite ich aktuell mit fünf anderen Praktikanten aus Indien, Brasilien, Spanien, USA und Irland zusammen. Alles in allem kann ich das Praktikum jedem empfehlen, der sein Englisch aufbessern und einen Einblick in den HR/Recruiting Bereich erlangen möchte.

Dublin ist eine pulsierende, aufstrebende Stadt, die einen Anziehungspunkt für Menschen aus der ganzen Welt darstellt, wodurch ich vielen interessanten Leuten begegnet bin. Ihre hilfsbereiten, lebensfrohen Bewohner und den gewöhnungsbedürftigen Akzent habe ich lieben gelernt. Die irische Pub-Kultur sowie das raue Wetter haben seinen ganz eigenen Charme!



Mit Promos in der Zukunftsregion Indien: Praktikum im Verband Maschinenbau

Von Peter Gutjahr (B.A. Wirtschaftspsychologie)

Für das Projektstudium in meinem Studiengang Wirtschaftspsychologie habe ich mich für ein Praktikum beim VDMA India (Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau e.V.) im Subkontinent Indien entschieden, und ich habe auch ein Promos-Stipendium bekommen. In Reiseführern und Indiens Tourismusmarketing ist das große Land oft als »Incredible India« beworben. Für die wirtschaftlichen Aspekte meines Studiums ist Indien mit seinen über eine Milliarde Einwohnern aufgrund der rasant wachsenden Ökonomie und des großen Dienstleistungssektors spannend. Aus psychologischer Perspektive war es für mich außerordentlich bedeutend, die eingefahrenen Strukturen meines Alltags im deutschen Raum zu verlassen und gleichzeitig mich selbst in einer fremden Kultur und ungewohnten Umgebung neu kennenzulernen.

Der VDMA India sucht regelmäßig Praktikanten (drei bis sechs Monate) für die Büros sowohl in Noida/Neu Delhi, als auch in Kalkutta. Ich wohne in einer kleinen Zweier-WG und arbeite in Noida in einem kleinen Büro, wo ich bei großen und spannenden Projekten eingesetzt bin, aber auch mal kleine, eher uninteressante, Aufgaben erledigen muss. Besonders aufregend war eine Berufsreise in das 2000 Kilometer entfernte Bangalore mit dem Zug, um dort fünf Tage bei einer der größten Maschinenbaumessen Asiens mitwirken zu dürfen. Zu meinen täglichen Aufgaben gehören unter anderem Informationsbeschaffung über den deutschen Maschinenbau in Indien, Networking mit verschiedenen Vertretern der Industrie, sowie das Organisieren von Events wie beispielsweise Pressekonferenzen. Die infrastrukturellen Gegebenheiten stellen zusätzlich zur Arbeit oft eine Herausforderung dar. Eine überfüllte U1 Richtung Warschauer Straße am Samstagabend ist im Vergleich zu einem regionalen Bus oder einer Metro Richtung Stadtzentrum Neu Delhi ein reines Vergnügen mit Privatsphäre.

Insgesamt ist Indien tatsächlich »incredible« und zwar in vielen Hinsicht. Über den VDMA gibt es die Möglichkeit, das Unglaubliche zu erleben, sowohl beruflich als auch privat – und das vor allem selbstständig.



Link zum persönlichen Blog:
peterundkumar.tumblr.com

Am Berkeley College in New York

Studiengangsleitung global: Prof. Dr. Rainer Zeichhardt auf einem Abstecher von seiner Gastprofessur an der St. Ambrose University zu Besuch am Berkeley College in New York. Er hat Kooperationsmöglichkeiten ausgelotet und dies mit einer Sprechstunde mit der Kommunikationsmanagement-Studentin Paulina Pommeranz verbunden. Paulina Pommeranz aus dem Studiengang Kommunikationsmanagement hat am Berkeley College ein Austauschsemester im Bereich »Marketing and Management« absolviert.



Gastprofessur in den USA



Auf Einladung der im Jahre 1884 gegründeten St. Ambrose University in Davenport verbrachte Prof. Dr. Rainer Zeichhardt einen einmonatigen Lehr- und Forschungsaufenthalt in den USA. Zeichhardt unterrichtete im Juli 2015 als Gastprofessor im »Master of Organizational Leadership« das Modul »Special Topics in Leadership«. Schwerpunkte des Moduls sind die aktuellen Führungsthemen, die Professor Zeichhardt an der BSP erforscht und in Bachelor- und Masterprogrammen lehrt wie z. B. Leadership outside the box, Leadership in networks and clusters und E-Leadership.

Neben einem sehr engagierten Austausch in der Lehre mit den Masterstudierenden, die über vielfältige berufspraktische Erfahrungen verfügen (z.B. bei dem Weltmarktführer für Landtechnik John Deere), erfolgte ein erkenntnisreicher Austausch mit dem Fachkollegium des MOL-Programms über aktuelle Themen der Leadership-Forschung. An der St. Ambrose University wird beispielsweise das Konzept »Servant Leadership« untersucht - ein moderner Ansatz, der Führung als eine besondere Form des Mitarbeitercoachings versteht.

Im Rahmen des Professorenaustauschs werden außerdem vielfältige Praxiskontakte geknüpft: Neben Unternehmensbesichtigungen standen gesellschaftliche Veranstaltungen in Chicago und den Quad Cities zum Networking auf dem Programm wie das PGA-Golfturnier John Deere Classic oder das BIX 7 Road Race.

Im Sommer 2014 war Prof. Randy Richards von der St. Ambrose University als Gastprofessor an der BSP zu Gast. Der wechselseitige Professorenaustausch ist ein wichtiger Schritt für die internationale Vernetzung der BSP und eine besondere Möglichkeit für einen interessanten Dialog über moderne Lehrkonzepte und aktuelle Forschungsdiskurse.



Absolventenverabschiedung

Auch im vergangenen Oktober verabschiedeten wir wieder einen BSP-Jahrgang, der das Studium der Bachelorstudiengänge Business Administration, Kommunikationsmanagement, Wirtschaftspsychologie sowie der Master Sportpsychologie, Wirtschaftspsychologie und Medienpsychologie erfolgreich abschließen konnte, in den fröhlichen Ernst des Berufslebens. Erfreulicherweise verbleibt eine Reihe von Absolventen mit frischem Bachelor-Abschluss zum weiteren Masterstudium an der BSP. Allen Absolventen, die in ein Masterstudium oder in das Berufsleben einsteigen, wünschen wir sehr viel Erfolg und Freude im neuen Lebensabschnitt. Wir sind sicher, dass wir miteinander auch zukünftig in Verbindung bleiben. Hier präsentieren wir einige Bilder der stilvollen Absolventenverabschiedung und lassen einige Alumni zu Wort kommen.

Managementkultur in Deutschland

Internationaler Workshop an der BSP in Kooperation mit der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften

Kulturelle Vielfalt ist wesentliches Kennzeichen globaler Arbeits- und Lebenswelten. Für die Aus- und Weiterbildung von Führungskräften ist es deshalb von besonderer Bedeutung, sich mit unterschiedlichen Arbeits- und Führungskulturen auseinander zu setzen.

Im Rahmen des internationalen Austauschs besuchten im Wintersemester 2015/2016 zwei Gruppen von Studierenden der ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften die BSP Business School Berlin. Unter Federführung des BSP-Rektors Prof. Dr. Thiessen führten sie an der BSP Workshops zur Managementkultur in Deutschland durch. Begleitende Unternehmensbesuche bei Siemens und bei dem politischen Magazin Cicero standen ebenfalls auf dem Programm. Die Studierenden sollten einen Einblick in die Organisations- und Unternehmenskultur in Deutschland bekommen.

Da es um das Modul Interkulturelle Kompetenz ging, taufte die BSP die Workshops rund um deutsche Länder-, Organisations- und Führungskultur »3 D-Workshop«. Es ging nämlich um drei Themenbereiche:

Deutsche Führungsansprüche in Europa: Welche unternehmerischen Führungsaufgaben gilt es angesichts des Strukturwandels in Europa zu meistern? Welche (Führungs-)Rolle spielt Deutschland dabei in Europa?

Digitale Transformation: Auf welche Weise und in welchem Umfang verändert die digitale Kommunikation Märkte & Marken? Auf welche Weise können sich Unternehmen den Bedingungen der digitalen Transformation optimal anpassen und/oder erfolgreich verweigern?

Demografischer Wandel: Wie verändern sich Führungsansprüche im Zeichen des demografischen Wandels? Was müssen Unternehmen leisten, um junge Talente an sich zu binden?

Im Rahmen des Workshops besuchten die Studiengruppen dann auch das prominente gesellschaftspolitische Magazin Cicero in Berlin-Mitte und die Siemens AG in Berlin-Siemensstadt, um die Themen des Workshops über eine Diskussion in Unternehmen zu vertiefen.

Das interessante Ergebnis der Workshops: Trotz aller Globalität und dem internationalen Zusammenwachsen gibt es noch klare kulturelle Unterschiede im Verständnis von Management und Führung. Diese Unterschiede lösen sich über die Digitalisierung nicht etwa auf. Im Gegenteil: Digitalisierung weist wieder verstärkt zurück auf den kulturellen Standpunkt und die damit verbundene individuelle Wahrnehmung von Führungsherausforderungen und Führungsstilen.

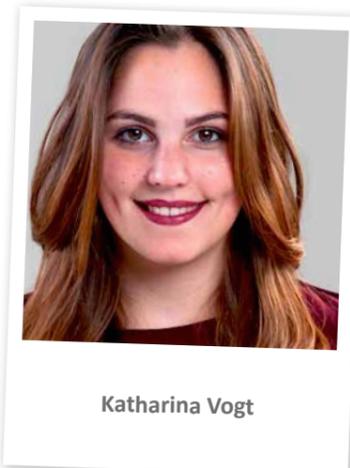




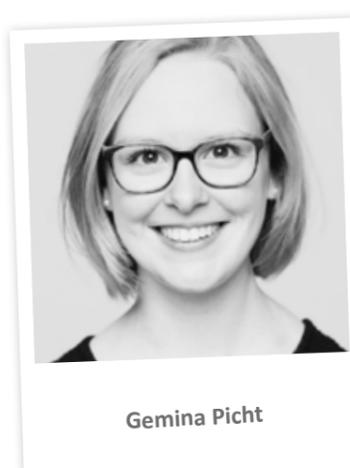
Alumni-Reports



Katja Falkenberg



Katharina Vogt



Gemina Picht



Nicolai Müller

Katja Falkenberg ist Sachbearbeiterin in der Personalabteilung in Bad Wilsnack bei den KMG Kliniken, einem Gesundheitskonzern mit rund 3500 Mitarbeitern, sechs Akutkliniken, drei Rehabilitationskliniken und zehn Seniorenheimen. Falkenberg ist Ansprechpartnerin für alle Fragen von Arbeitsverträgen über Arbeitszeitregelungen und Urlaubsansprüche bis hin zu Stellenplänen, und sie betreut Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehrerer Kliniken auch vor Ort. Der Schwerpunkt ihrer Arbeit wird zukünftig das betriebliche Gesundheitsmanagement sein, das Themen wie Arbeitsorganisation und Gesundheitsförderung – zum Beispiel durch präventive Sportangebote – umfasst. Ein weiterer Bereich im betrieblichen Gesundheitsmanagement ist das Eingliederungsmanagement. Hier unterstützt Katja Falkenberg Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die über längere Zeit krank waren, beim Weg zurück in die Arbeit. Falkenberg hatte zunächst eine Ausbildung zur Physiotherapeutin gemacht und in diesem Beruf seit 2010 am KMG Klinikum

Vom Studium zur Personalverantwortlichen für mehrere Kliniken

Von Katja Falkenberg, Absolventin Business Administration, Schwerpunkt Gesundheitsmanagement (B.A.)

Pritzwalk gearbeitet. 2012 hat sie berufsbegleitend das Studium Business Administration mit dem Schwerpunkt Gesundheitsmanagement an der BSP Business School Berlin begonnen und im Oktober 2015 als Jahrgangsbeste mit der Note 1,3 erfolgreich abgeschlossen. Für dieses Studium hat sie in einem einjährigen Auswahlverfahren ein Stipendium des Bundesministeriums für Bildung und Forschung erhalten. 2014 hat sie ein Praktikum in der KMG Unternehmenskommunikation absolviert. Ihre Bachelor-Arbeit hat sie zum »Betrieblichen Gesundheitsmanagement am Beispiel der KMG Kliniken« geschrieben. »Anstoß zum Studium war für mich, dass ich mein Wissen aus der Praxis mit betriebswirtschaftlichem Wissen verbinden wollte«, erklärt Falkenberg. »Personalwesen kristallisierte sich dann sehr schnell als der Bereich heraus, den ich am spannendsten und interessantesten fand. Hier habe ich sofort mein zukünftiges Betätigungsfeld gesehen.«
Quelle: Pressemitteilung KMG Kliniken

Mein Weg ins Berufsleben lässt sich relativ kurz zusammenfassen. Ich fing in der Werbeagentur Exit-Media GmbH Berlin als Praktikantin an und wurde anschließend als Werkstudentin übernommen. Bereits vor der Bachelorverteidigung stand fest, dass ich eine Juniorstelle übernehmen würde. Bei der offiziellen Bachelor-Verabschiedung war ich bereits unbefristet festangestellt. Wenn ich den jetzigen Studenten etwas raten sollte, dann, dass sich frühe Arbeitserfahrung, zum Beispiel als Werkstudent in einem Unternehmen, auszahlt. Erfahrungswerte aus der Praxis sind für Personaler, besonders in einer schnelllebigen Branche wie der Werbung, ungeheuer wichtig und können den Unterschied zwischen Trainee-Stelle und Junior ausmachen. Als Werkstudent verknüpft man die an der Hochschule erlernte Theorie mit praktischen Arbeitsschritten und erlangt so ein viel tiefergehendes Verständnis für die Inhalte. Zudem hat man besonders als Werkstudent die Möglichkeit,

Schneller Jobeinstieg: Früh Arbeitserfahrung sammeln und ständiges Networking

Von Katharina Vogt, Absolventin Kommunikationsmanagement (B.A.)

Verantwortung und Eigenständigkeit zu erlernen in dem Wissen, dass man auch Fehler machen kann. Die gehören zu jedem Lernprozess dazu. Man muss immer im Hinterkopf behalten, dass jeder einmal klein angefangen hat. Übrigens suchen wir auch regelmäßig Werkstudenten aus dem KM-Bereich, und mein Tipp ist, immer auf dem Laufenden zu bleiben, was Jobs bei Agenturen angeht. Ungeheuer wichtig für den Einstieg in den Beruf und die weitere Karriere sind stetiges effizientes und nachhaltiges Networking sowie die Schärfung des Bewusstseins für eigenen Stärken – und Schwächen. Dieser Prozess erfordert Zeit, Geduld und Erfahrung. Ein ganz persönlicher Tipp: Gebt euch die Zeit, die ihr braucht. Habt keine Angst vor neuen Herausforderungen und lernt aus den Fehlern, die ihr macht. Neues Erlernen erfordert auch immer Mut und Geduld. Die Erfahrung kommt mit der Zeit.

Im Anschluss an mein Bachelorstudium in Wirtschaftspsychologie an der BSP habe ich im September 2015 den einjährigen Masterstudiengang Organisational and Social Psychology (Organisations- und Sozialpsychologie) an der London School of Economics and Political Science (LSE) begonnen. Besonders wichtig war mir, dass ich in meinem Masterstudiengang weiterhin sowohl in qualitativen, als auch in quantitativen Methoden ausgebildet werde und ich war sehr gespannt darauf, wie sich der psychologische Diskurs außerhalb von Deutschland gestaltet.

Welche Inhalte meines Studiums erwiesen sich rückblickend besonders wertvoll?

Psychologie wird an der BSP erlebbar und so schafft das Studium einen eindrucksstarken Spagat zwischen Aneignung von theoretischem Wissen und Verankerung der Psychologie im Alltag. Das damit einhergehende kritische Hinterfragen von wissenschaftstheoretischen Konzepten und das unaufhörliche Suchen von Zusammenhängen im situationsbezogenen Handeln von Menschen ist auch in meinem jetzigen Studium Kernpunkt. Im Verlauf meines Bachelorstudiums habe ich gelernt, dass es wertvoll ist, Prozesse auszuhalten.

Als Psychologe heißt es meiner Meinung nach immer sich auf etwas Fremdes einzulassen und gleichzeitig im Fremden nicht zu versinken. Um diese Balance zu erproben, erwies sich für mich vor allem die tiefgehende Ausbildung in qualitativen (tiefenpsychologischen, morphologischen) Methoden als besonders fruchtbar. Welche Tipps würden Sie zukünftigen BSP-Absolventen mit auf den Weg geben?

Sich mit Themen auseinandersetzen: Psychologie-Master in London

Von Gemina Picht,
Absolventin Wirtschaftspsychologie (B.A.)

Seht das Studium nicht als brave Wissensaufnahme, sondern als Einladung, sich mit Themen auseinander zu setzen, sich an ihnen abzureiben, sie zu hinterfragen und ihnen nachzugehen! Für mich bedeutet Studieren Entwicklung. Die Vorlesungen bieten Euch mögliche Perspektiven auf die Welt, doch müssen sie nicht eins zu eins so übernommen werden. Diskussionen bieten den Raum, diese zu prüfen und mit seinen eigenen Gedanken in Verbindung zu bringen. Auch wenn die BSP eine Fachhochschule ist, gibt es hervorragende Möglichkeiten, hochwertige wissenschaftliche Forschungspraxis und theoretisch-methodisches Wissen zu erlangen. Ich würde jedem Studenten ans Herz legen, so viele Einblicke ins wissenschaftliche Geschehen zu bekommen, wie irgendwie möglich, beispielsweise auch die Teilnahme an wissenschaftlichen Kongressen.

Seht das Studium nicht als brave Wissensaufnahme, sondern als Einladung, sich mit Themen auseinander zu setzen, sich an ihnen abzureiben, sie zu hinterfragen und ihnen nachzugehen! Für mich bedeutet Studieren Entwicklung. Die Vorlesungen bieten Euch mögliche Perspektiven auf die Welt, doch müssen sie nicht eins zu eins so übernommen werden. Diskussionen bieten den Raum, diese zu prüfen und mit seinen eigenen Gedanken in Verbindung zu bringen. Auch wenn die BSP eine Fachhochschule ist, gibt es hervorragende Möglichkeiten, hochwertige wissenschaftliche Forschungspraxis und theoretisch-methodisches Wissen zu erlangen. Ich würde jedem Studenten ans Herz legen, so viele Einblicke ins wissenschaftliche Geschehen zu bekommen, wie irgendwie möglich, beispielsweise auch die Teilnahme an wissenschaftlichen Kongressen.

Seht das Studium nicht als brave Wissensaufnahme, sondern als Einladung, sich mit Themen auseinander zu setzen, sich an ihnen abzureiben, sie zu hinterfragen und ihnen nachzugehen! Für mich bedeutet Studieren Entwicklung. Die Vorlesungen bieten Euch mögliche Perspektiven auf die Welt, doch müssen sie nicht eins zu eins so übernommen werden. Diskussionen bieten den Raum, diese zu prüfen und mit seinen eigenen Gedanken in Verbindung zu bringen. Auch wenn die BSP eine Fachhochschule ist, gibt es hervorragende Möglichkeiten, hochwertige wissenschaftliche Forschungspraxis und theoretisch-methodisches Wissen zu erlangen. Ich würde jedem Studenten ans Herz legen, so viele Einblicke ins wissenschaftliche Geschehen zu bekommen, wie irgendwie möglich, beispielsweise auch die Teilnahme an wissenschaftlichen Kongressen.

Seht das Studium nicht als brave Wissensaufnahme, sondern als Einladung, sich mit Themen auseinander zu setzen, sich an ihnen abzureiben, sie zu hinterfragen und ihnen nachzugehen! Für mich bedeutet Studieren Entwicklung. Die Vorlesungen bieten Euch mögliche Perspektiven auf die Welt, doch müssen sie nicht eins zu eins so übernommen werden. Diskussionen bieten den Raum, diese zu prüfen und mit seinen eigenen Gedanken in Verbindung zu bringen. Auch wenn die BSP eine Fachhochschule ist, gibt es hervorragende Möglichkeiten, hochwertige wissenschaftliche Forschungspraxis und theoretisch-methodisches Wissen zu erlangen. Ich würde jedem Studenten ans Herz legen, so viele Einblicke ins wissenschaftliche Geschehen zu bekommen, wie irgendwie möglich, beispielsweise auch die Teilnahme an wissenschaftlichen Kongressen.

Nach meinem Bachelorstudium an der BSP von Februar 2012 bis April 2015 begann ich im September 2015 ein Masterstudium in »Law and Business« an der Bucerius Law School in Hamburg. Ziel dieses einjährigen Masterstudienganges ist es, Betriebswirten beziehungsweise Juristen Kenntnisse und Wissen der jeweils anderen Fachrichtung zu vermitteln und Fragestellungen, die in der Schnittmenge zwischen Betriebswissenschaft und Rechtswissenschaft relevant werden können, zu analysieren und gemeinsame Lösungsansätze zu entwickeln. Doch von Anfang an – wie kam ich dazu?

Durch einen Zufall gelangte ich an ein Praktikum in London, welches mir den Weg für diese Entscheidung ebnete:

Während der »Creating Climate Wealth Conference« von Sir Richard Branson, die in der von der BSP frisch bezogenen Siemens Villa veranstaltet wurde, lernte ich den Londoner Partner einer großen deutschen Wirtschaftskanzlei kennen, der sich sich darauf spezialisiert hatte, internationale Investoren mit dem Investitionsziel Deutschland rechtlich zu beraten. Da das obligatorische Auslandspraktikum im Rahmen des IBWL-Studiums an der BSP vor der Tür stand, hielt ich den Kontakt und bewarb mich mit Erfolg für ein dreimonatiges Praktikum in London. Durch dieses Praktikum wurde mein Interesse an rechtlichen Fragestellungen, grade im Bezug auf Investorentätigkeiten im Bereich Private Equity und Distressed beziehungsweise Turnaround Investments durch internationale Investoren in deutsche Unternehmen geweckt.

Ein Bereich, beziehungsweise eine ganze Branche, von der ich vorher wenig wusste und die ich nicht wirklich auf meinem Schirm hatte! Im Verlauf des Praktikums und nach dessen Ende auch parallel zu meinen letzten Semestern an der BSP

im Rahmen einer Tätigkeit als wissenschaftlicher Mitarbeiter im Berliner Büro der gleichen Kanzlei, konnte ich dieses Interesse in erste Erfahrungen umwandeln und so die nötige Arbeitserfahrung sammeln, die für die Zulassung zum Masterstudium an der Bucerius Law School Voraussetzung war.

Sehr hilfreich dabei waren verschiedene Module aus dem IBWL-Studium, darunter Grundlagen des Wirtschaftsprivatrechtes und Investition und Finanzierung, sowie meine Ba-

chelorarbeit zum Thema »Markenwert bei Insolvenz«, in der ich mich ebenfalls bereits mit sowohl juristischen als auch betriebswirtschaftlichen Fragestellungen und Problemen auseinandersetzen musste. Rückblickend betrachtet erwies sich auch das Auslandssemester, welches ich an der Universidad Carlos III in Madrid absolvierte, als sehr wertvoll in Bezug auf internationale Erfahrung und stellte einen weiteren, wichtigen Baustein auf dem Weg zum Masterstudium dar. Mein Rat daher an alle aktuellen Studenten der BSP: Schaut auch mal links und rechts, seid und bleibt neugierig und setzt auch mal auf den Zufall als Erfolgsgarant! Gepaart mit dem richtigen Maß an Ehrgeiz und geschicktem Einsatz von Soft Skills kann man als Student so unbekannte Themengebiete für sich entdecken und erfolgreich erschließen!

Investoren rechtlich beraten: Jura-Master in München

Von Nicolai Alexander Müller,
Absolvent Internationale
Betriebswirtschaftslehre (B.A.)



Impressionen des Herbstballs 2015



Future of Education 2016

Höher/Schneller/Weiter? Wie lerne und lehre ich Achtsamkeit?

Future of Education ist ein als Wettbewerb ausgeschriebenes Projekt der BSP Business School Berlin, der MSH Medical School Hamburg und der MSB Medical School Berlin unter Beteiligung weiterer Hochschulen zur Erarbeitung von kreativen Lösungen und Forschungsansätzen rund um das Thema Lernen und Lehren in der digitalen und globalisierten Welt.

Nach dem erfolgreichen Verlauf von Future of Education 2015 inklusive der Teilnahme der Projektgewinner an Segeltörns und Golf-Weekends ist die Anmeldung für die nächste Runde des interaktives Lehrformats Future of Education 2016 ab sofort möglich. An dem Wettbewerb können sich Studierende verschiedener Hochschulen aus allen Studiengängen beteiligen. Insbesondere Studierende der BSP sind herzlich eingeladen.

Das Projekt beginnt mit einem ganztägigen Workshop am 18. April 2016 in Hamburg, danach folgt eine zweimonatige Entwicklungsphase in gemischten Teams unter Anleitung von Mentoren, am 25. Juni 2016 gibt es die Abschlusspräsentation in Berlin. Auch für Future of Education 2016 werden interessante Mentoren gewonnen. Den Gewinnern winken wieder tolle Preise.

Die Teams sollen sich unter dem Titel »Höher/Schneller/Weiter? Wie lerne und lehre ich Achtsamkeit?« diesmal damit auseinandersetzen, wie sich Lehre und Lernen inhaltlich und formal auf den Widerspruch von zunehmendem Leistungsdruck im Beruf und dem zunehmenden Anspruch auf gesunde Work-Life-Balance einstellen soll. Ein achtsamer zwischenmenschlicher Umgang könnte als integraler Bestandteil der Ausbildung eine stabile Brücke zwischen diesen Widersprüchen bauen. Durchsetzungsfähigkeit und Rücksichtnahme, Leistungsfähigkeit und Regenerationsmöglichkeit, diese Pole müssen kein Gegensatz sein. Diese Haltung könnte eine wertvolle Vervollständigung des Nachhaltigkeitsgedankens im sozialen und ökonomischen Handeln sein.

Eine Hochschule muss die Studierenden theoretisch und praktisch darauf vorbereiten. Vor diesem Hintergrund sollen sich die Studierenden als Teilnehmer am Wettbewerb Future of Education 2016 gemeinsam mit ihren Mentoren kritisch und kreativ mit dem Thema »Höher/Schneller/Weiter? Wie lerne und lehre ich Achtsamkeit?« auseinandersetzen, praktische Erfahrungen sammeln und neue Möglichkeiten entdecken. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Es gibt dabei keine formale Vorgabe. Es zählt nur das Ergebnis.

Anmeldung per E-Mail veranstaltungen@businessschool-berlin.de



Cup der Privaten 2016

Zur Fußball-Europameisterschaft der Hochschulen Cup der Privaten treffen sich im April 2016 über 2000 Studenten in Berlin und treten auf den Fußballfeldern der Soccer World Berlin gegeneinander an.

Neben dem Sportsgeist kommt der Spaßfaktor beim dreitägigen Unterhaltungsprogramm und den abendlichen Player Partys nicht zu kurz. Es steht auch der internationale Austausch im Mittelpunkt. Es werden Freundschaften geknüpft und der Auf- und Ausbau des breit gefächerten internationalen Netzwerks zwischen Studierenden und Alumni gefördert. Auch immer mehr Firmen begeistern sich für dieses besondere Event, und Studierende konnten in der Vergangenheit etwa Arbeitskontakte zu Unternehmen wie Deutsche Bank, Red Bull und in Berlin ansässigen Internetfirmen anbahnen.

Die BSP Business School Berlin ist, wie in den vergangenen Jahren auch, offizieller Sponsor des Turniers und mit eigenen Teams im Turnier vertreten. Im April 2016 sind wir wieder dabei! Wer mitspielen möchte, wendet sich bitte an Sebastian Renken-Olthoff unter sebastian.renken-olthoff@businessschool-berlin.de

News aus dem Sport

Sportkurse an der Hochschule

Die Sportkurse sind an der Hochschule gestartet. In Zusammenarbeit mit dem StuRa-Sport werden Kurse in den Bereichen Achtsamkeits- und Meditationstraining, Bouldern, Fitness und Touch-Rugby angeboten.

Die Teilnehmerlisten liegen für die jeweiligen Kurse im Hochschulmanagement aus.

Detaillierte Informationen zu den Kursangeboten:

www.businessschool-berlin.de/campus-life/hochschulsport/sportangebot/

Qi Gong Kurse: Entspannung für alle

Seit dem Wintersemester werden Qi Gong Kurse unter dem Motto: »Anspannung ist, wer du zu sein meinst. Entspannung ist, wer du bist« an der Hochschule angeboten.

Bestandteil des Kurses ist sowohl Grundtheorie (Geschichte und TCM Kontext) als auch Qi Gong Praxis. Der Praxisschwerpunkt liegt in einer Daoistischen Übungsreihe, die schnell und nachhaltig positive Wirkungen auf das Immun- und Hormonsystem erzeugt. Ziel dieser Übungen liegt darin, durch sanfte Bewegungen die Blutzirkulation anzuregen und die endokrine Drüsentätigkeit zu verstärken. Teilnehmer werden während des Kurses die richtige Haltung und Atmung lernen können, sodass jeder im Anschluss unabhängig die Übungen weiter praktizieren kann. Die Anmeldung erfolgt wöchentlich über Trainex. Kursleiter ist Stéphane Seckin, der langjährige Erfahrung in der theoretischen und praktischen Lehre von traditioneller chinesischer Medizin (TCM), Kampfkunst und Energie beziehungsweise Meridianlehre besitzt, und auch mehrmaliger ehemaliger Europameister in der vietnamesischen Kampfkunst Qwanki Do ist.

News aus der Hochschulgruppe

+++ Staatliche Anerkennung als Sozialpädagoge und Sozialarbeiter +++

Der seit dem Wintersemester 2015/16 neu eingeführte Bachelorstudiengang Soziale Arbeit an der MSH Medical School Hamburg wurde auf der Grundlage des § 3 des Anerkennungsgesetzes Soziale Arbeit von der Behörde für Arbeit, Soziales, Familie und Integration der Freien und Hansestadt Hamburg als berufsrechtlich geeignet erklärt. Damit führt der Studiengang bei erfolgreichem Abschluss zur staatlichen Anerkennung als Sozialpädagoge/in beziehungsweise Sozialarbeiter/in. Der Bachelorstudiengang Soziale Arbeit ist von der Behörde für Wissenschaft, Forschung und Gleichstellung der Freien und Hansestadt Hamburg staatlich anerkannt und von der AHPGS fachlich akkreditiert.

Der Bachelorstudiengang qualifiziert die Studierenden für eine Tätigkeit in den Handlungsfeldern der Sozialen Arbeit. Sie werden in die Lage versetzt, im Bereich der Frühen Hilfen das Kindeswohl zu berücksichtigen und zu schützen, Eltern in ihrer Erziehungskompetenz zu stärken, Beratungen für Menschen in prekären Situationen anzubieten und dabei auf ein umfassendes Wissen zurückgreifen zu können. Die Absolventen können mit Menschen mit psychischen Erkrankungen verschiedenen Alters professionell umgehen, ihnen unterstützend zur Seite stehen und auf die besonderen Schwierigkeiten eingehen, die aufgrund von Armut, Behinderung oder im Alter entstehen können.

+++ MSH präsentiert Imagefilm +++

Wie sieht es hinter den Kulissen der MSH Medical School Hamburg aus? Für den neuen Imagefilm der Hochschule wurden eine Woche lang Studierende, Lehrkräfte und Mitarbeiter von einem Filmteam begleitet. Der Film gibt exklusive Einblicke in die Räumlichkeiten der MSH, Lehrkräfte erzählen in Interviews von den Besonderheiten des Studiums und Studierende gewähren dem Zuschauer spannende Einblicke ins Campusleben. Der Film ist abrufbar unter: www.medicalschool-hamburg.de

+++ Hochschulstipendium für Flüchtlinge +++

Viele junge Flüchtlinge in Deutschland mussten ihr Studium in ihrer Heimat abbrechen oder konnten erst gar kein Studium beginnen. Damit sie ihr Studium fortsetzen oder aufnehmen können, vergibt die MSH Medical School Hamburg zum Wintersemester 2016/17 drei Stipendien wahlweise für ein Bachelor- oder Masterstudium.

»Die Menschen haben ein schweres Schicksal erlitten. Mit dem Förderprogramm möchten wir talentierten Flüchtlingen Perspektiven für ihre Zukunft geben«, sagt Geschäftsführerin Ilona Renken-Olthoff. Die Förderdauer des Stipendiums orientiert sich an der Regelstudienzeit des gewählten Studiengangs und beträgt drei Jahre für Bachelor-Studierende und zwei Jahre für Master-Studierende. Die Studiengebühren trägt die Hochschule. Bewerberinnen und Bewerber müssen die Zulassungsvoraussetzungen

für einen Vollzeitstudiengang an der MSH Medical School Hamburg erfüllen sowie über Kenntnisse der deutschen Sprache auf dem Niveau B2 verfügen. Außerdem ist der Bewerbung ein persönliches Motivationsschreiben beizufügen.

Darüber hinaus engagieren sich viele Studierende der MSH in ihrer Freizeit für Flüchtlinge in Hamburg. Sie sammeln und sortieren Kleidung für Flüchtlinge, begleiten Flüchtlinge zu Behörden und helfen Kindern und Jugendlichen in Flüchtlingsunterkünften bei Hausaufgaben und planen gerade, kostenlose Deutschkurse in den Räumlichkeiten der Hochschule anzubieten.

+++ Deutsche Triathlon-Hochschulmeisterschaft in Tübingen +++

Nach erfolgreicher Teilnahme an der Deutschen Hochschulmeisterschaft (DHM) im Fechten im Mai 2015 trat Jana Göhner, MSB-Studentin der Klinischen Psychologie, im Sommer bei der DHM im Triathlon in Tübingen an. Mit weniger als einem Jahr Erfahrung im Triathlon-Sport galt das Motto »Dabei sein ist alles«. Insgesamt 750m Schwimmen im Neckar, 20km Radfahren und 5km Laufen durch die wunderschöne Altstadt (mit vielen Höhenmetern!) absolvierten die 150 Studenten und Studentinnen. Mit einer Zeit von 1:33:29 h war Jana zufrieden und am Ende war ein guter 38. Platz zu verbuchen, sowie Platz 5 in ihrer Altersklasse. Den Heimsieg sicherte sich Ricarda Gümmer von der Universität Tübingen in 1:07:53h.

WELCOME

Willkommen allen neuen Studierenden der BSP zum Sommersemester 2016

Zum Sommersemester 2016 starten an der BSP wieder neue Bachelor- und Masterstudierende. Das ganze Team der BSP und der Studierendenrat wünschen den neuen Kommilitonen eine schöne Studienzeit an der Hochschule und freuen sich auf das bevorstehende Semester!

Begrüßung der neuen Bachelorstudierenden

- Donnerstag, 7. April 2016: Begrüßung durch die Hochschulleitung und den Studierendenrat, Besprechung mit den Studiengangsleitern
- Freitag, 8. April 2016: nachmittags Street Art Tour, abends Umtrunk in der Villa

Begrüßung der neuen Masterstudierenden

- Freitag, 8. April 2016: Begrüßung durch die Hochschulleitung, Fachvortrag, Einführung in das Studium

Ab Montag, 11. April 2016, beginnt für alle Studierenden der reguläre Unterricht laut Stundenplan.

Tipp für Erstsemester: Mitarbeit im Studierendenrat von Anfang an

Die BSP hat einen sehr aktiven Studierendenrat (StuRa). Er besteht aus engagierten Studierenden der BSP und der MSB, die die Interessen der Studierenden beider Hochschulen vertreten. Der Studierendenrat vertritt die Gesamtheit der Studierenden der Hochschule und ist Organ für fachliche, soziale und kulturelle Belange der Studierenden. Dabei finden in einem monatlichen Rhythmus Meetings statt, in denen unter anderem Veranstaltungen geplant, soziale Projekte angestoßen oder hochschulspezifische Themen diskutiert werden. Daraus ergeben sich thematische Teams wie 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 unterstützt werden.

In Form eines regelmäßigen Round Tables werden während des Semesters die relevanten Themen der Studierenden gemeinsam mit den studentischen Studiengangsprechern, den Studiengangsleitern und der Hochschulleitung diskutiert.

Die Erstis liegen dem Studierendenrat natürlich sehr am Herzen. Zum Kennenlernen und zur ersten Orientierung wird eine Reihe von Veranstaltungen angeboten. Wer aktiv tätig werden möchte, kann sich entweder im Event-Team engagieren oder sich beim StuRa bewerben. Der Vorstand sucht regelmäßig motivierte Studierende, die die Campus-Kultur aktiv gestalten wollen. Einfach die Augen offen halten, es wird auf Pinnwänden oder auf den Monitoren das eine oder andere zu sehen sein.



BSP STURA

BSP Semesterplaner

Sommersemester 2016

März 2016

07.- 24.03.2016
Prüfungszeitraum

April 2016

04.04.2016
Unterrichtsbeginn für Vollzeitstudenden ab 2. Semester

07.-08.04.2016
Erstitage Bachelorstudierende

08.04.2016
Begrüßung Masterstudierende

08.04.2016
Messe Studieren in Berlin und Brandenburg

09.04.2016 (Samstag)
Absolventenverabschiedung

18.04.2016
Future of Education 2016 Auftaktworkshop (Hamburg)

21.- 24.04.2016
Cup der Privaten

21.04.2016
Meeting StuRa mit Hochschulleitung und Professoren

22.-23.04.2016
Messe Studyworld

Mai 2016

19.05.2016
Vortrag und Diskussion in der Reihe Background – für unternehmerisches Handeln

21.05.2016
Offener Campustag

27.05.2016
StuRa-Party

Juni 2016

15.-16.06.2016
Messe Vocatium

25.06.2016
Future of Education 2016 Abschlusspräsentation (Berlin)

25.06.2016
Offener Campustag

30.06.2016
International Day

Juli 2016

21.07.2016
Semesterabschlussfeier

18.-22.07.2016
Prüfungszeitraum IBWL

21.07.2016
Meeting StuRa mit Hochschulleitung und Professoren

August 2016

01.08.2016 - 02.09.2016
Semesterferien

13.08.2016
Offener Campustag

September 2016

05.- 23.09.2016
Prüfungszeitraum

17.09.2016
Offener Campustag

24.09.2016
Messe Stuzubi

Business Class studieren an der BSP für eine Karriere im Management

Die BSP Business School Berlin ist eine private, staatlich anerkannte Hochschule für Management mit Sitz in der historischen Siemens Villa in Berlin-Lankwitz und mit einem Campus in der Hamburger Hafencity. Die Hochschule wurde 2009 von der Geschäftsführerin Ilona Renken-Olthoff gegründet und ist als familiengeführtes Unternehmen einem hohen persönlichen Qualitäts- und Serviceanspruch verpflichtet. Wir bieten ein marktorientiertes und transdisziplinär ausgerichtetes Managementstudium, mit dem unsere Absolventen in ihre berufliche Zukunft als Führungskraft hineinwachsen können. Lebendige Lernformen und Praxisbezug sind bei uns ebenso selbstverständlich wie internationale Ausrichtung und die Vernetzung mit Unternehmen. Unser Leitbild Business Class studieren steht für individuelle Förderung statt Massenstudium. Unsere Bachelor- und Masterstudiengänge basieren auf den beiden fachlichen Schwerpunkten Management/BWL und Wirtschaftspsychologie.

BSP Business School Berlin - Hochschule für Management
Siemens Villa
Calandrellistraße 1-9
D-12247 Berlin

Fon: +49 30 76 68 37 53-10
Fax: +49 30 76 68 37 53-19

info@businessschool-berlin.de
www.businessschool-berlin.de

