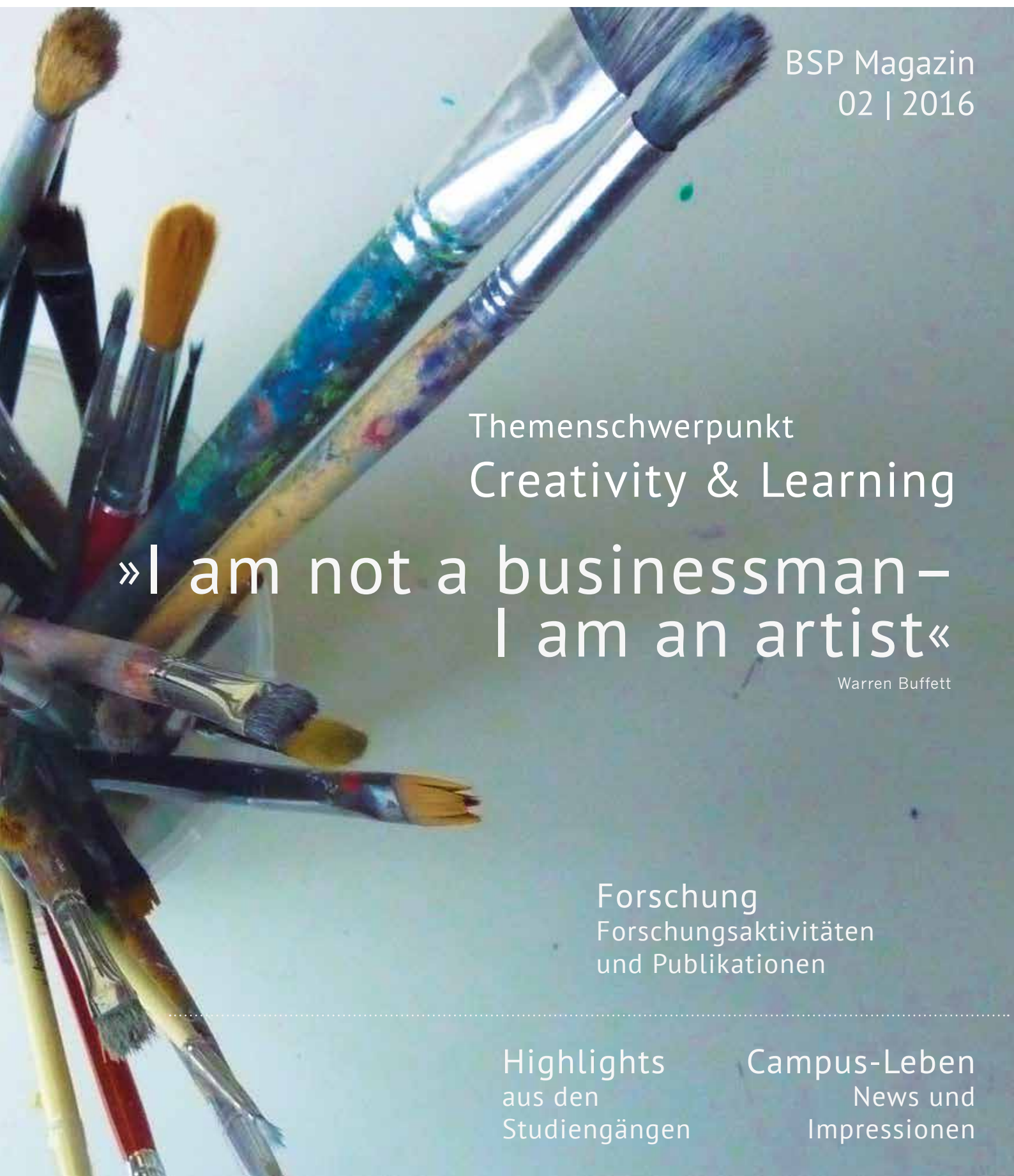




BSP Magazin
02 | 2016

Themenschwerpunkt
Creativity & Learning

»I am not a businessman –
I am an artist«

Warren Buffett

Forschung
Forschungsaktivitäten
und Publikationen

Highlights
aus den
Studiengängen

Campus-Leben
News und
Impressionen

Impressum

BSP-Magazin Wintersemester 2016/17

Textredaktion

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

Bildredaktion

Nicola Sernow

Layout & Design

Nicola Sernow

Verantwortlich

Ilona Renken-Olthoff und Prof. Dr. Thomas Thiessen

Bildnachweis

Thanks to Pixabay: Umschlag (Cover/Rückseite) und Seiten 8, 10, 16/17, 22/23, 48/49, 56/57, 58, 61; Kurs Kommunikationsmanagement SS15/WS 15: Seiten 7, 18, 19, 20, 21, 38, 39, 40, 41; Guillaume d’Hommée: Seiten 32, 33; Jean-Louis Wolff: Seiten 31,34,35; Parham Khorrami: Seiten 27, 42, 43, 52/53, 60; 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,

das Leitbild unserer Hochschule lautet ***Business Class studieren***. Ein lebendiger Unterricht, orientiert an innovativen Methoden mit hohem Interaktionsanspruch, gehört dazu. Natürlich fühlen wir uns den formalen Kriterien eines geordneten Studienablaufs verpflichtet. Gleichzeitig darf ein Curriculum aber kein Korsett sein, das Kreativität, Eigenverantwortung und Teamgeist einengt. Unsere Studierenden, die Professoren und die Dozenten sollen methodisch aufgeschlossen bleiben und im kreativen Dialog miteinander die Themen erarbeiten. Diese Einstellung ist kein eitler Selbstzweck unserer Hochschule. Vielmehr greifen wir damit den Prozess des Wandels auf, der auch uns als Bildungseinrichtung verändern wird. Die Megatrends der Digitalisierung und Automatisierung in der Wirtschaft sind zwar nicht neu. Sie vollziehen sich aber in einer erstaunlichen Dynamik. Neue Unternehmensstrukturen und Produktionsprozesse fordern neue Managementaufgaben und Arbeitsformen. Kreatives Lernen und interaktive Wissensvermittlung werden elementare Bestandteile der Arbeit von Führungskräften. Das sollte der Managementnachwuchs bereits im Studium lernen. Der Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e. V. stellt in seinem gerade erschienenen Hochschul-Bildungs-Report 2020 mit dem Titel »Hochschulbildung für die Arbeitswelt 4.0« interessante Thesen zur akademischen Arbeitswelt der Zukunft zur Diskussion. Eine der acht Thesen lautet: »In der Arbeitswelt 4.0 trifft höhere Eigenverantwortung auf neue Formen der Kollektivarbeit.« Kreative Lernformen sind aus unserer Sicht die große Chance, Veränderungen im Unternehmensalltag aktiv mitgestalten zu können. Beruhigend dabei: es geht nicht nur um digitale Medien und virtuelles Lernen. Ganz im Gegenteil: es geht um die persönliche Begegnung im Innovationsprozess. Kreative Lernformen fördern zwischenmenschliche Erfahrungen. Was wollen wir mehr?

Mit herzlichen Grüßen



Ilona Renken-Olthoff

Geschäftsführerin der BSP Business School Berlin



Prof. Dr. Thomas Thiessen

Rektor der BSP Business School Berlin



Creativity & Learning
Kreative Wissensvermittlung,
Kreative Transfermethoden und dessen
Umsetzung an der BSP



News
aus der
BSP Forschung

Themenschwerpunkt Creativity & Learning

- 9 **Kreatives Lehren und Lernen**
Einführung
- 10 **Experten beantworten 3 Fragen zu**
kreativen Lern- und Lehrmethoden
- 16 **Werkzeugkasten**
kreativer Transfermethoden
- 18 **Creativity konkret**
an der BSP
- 22 **Creativity & Learning**
das sagen BSP-Studierende



Forschung

- 24 **News aus der Forschung an der BSP**
- 28 **Forschungsprojekt Jakobsweg**

Highlights aus den Studiengängen

- 31 **Modemarketing**
- 38 **Kommunikationsmanagement**
- 42 **Wirtschaftspsychologie**
- 43 **Internationale BWL**
- 44 **Business Administration**
- 45 **Sportpsychologie/ Sportpsychologische Beratung**



Campus-Leben an der BSP.
News rund ums Studium



Zelal Durmus



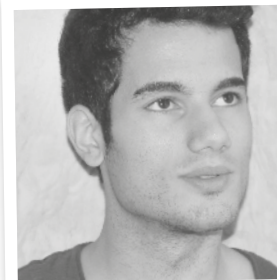
Mallika Szkolik



Malte Viße



Johanna Claussen



Arya Khadjeh Zadeh



Dana Gelerman



Elena Puymann



Johanna Steiner

Campus-Leben

- 50 News aus dem International Office
- 52 Absolventenverabschiedung
- 54 Alumni
- 56 Future of Education 2016
- 60 Sport an der BSP
- 62 News aus der Hochschulgruppe
- 64 Willkommen den neuen Studierenden
- 66 BSP-Terminplaner Wintersemester 2016/17

Liebe Kommilitonen, liebe Leserinnen und Leser,

als Studierende des Bachelorstudienganges Kommunikationsmanagement hatten wir im Rahmen unseres Moduls Kulturwissenschaftliche Grundlagen und Berufsfelder bei Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal die Gelegenheit, das BSP-Magazin aktiv mitzugestalten. Das Schwerpunktthema »Creativity & Learning« befasst sich mit der Frage, wie man Lernen und Kreativität verbinden kann. Dabei haben wir auch erlebt, wie sich Management nicht nur mit Business, sondern auch mit Kunst verbinden lässt. Das Thema »Creativity & Learning«, so wurde uns bewusst, betrifft auch den Alltag in Unternehmen. Im Rahmen unseres Moduls befasste sich unser Kurs u. a. damit, wie Führungskräfte ihren Berufsalltag mit Kunst verbinden können. Dabei sind wir auf internationale Manager gestoßen, die sich jeden Tag eine Viertelstunde mit einem Kunstwerk oder Zitat beschäftigen und dazu in einem Notizbuch ihre Gedanken aufschreiben. Dieses Experiment haben wir selbst ein Semester lang durchgeführt. Für uns war das eine spannende Erfahrung, da sich viele von uns nur selten die Zeit für solche kreativen Experimente nehmen. Einige Passagen unser Notizbücher findet Ihr in diesem Magazin wieder. Ihr bekommt im Heft viele Informationen und Eindrücke zu kreativen Lernformen, beispielhaft über ein sogenanntes »World Café«, das wir zum Thema Digitalisierung der Wirtschaft selbst mitgemacht haben. Uns hat die Arbeit am Magazin jedenfalls viel Spaß gemacht und wir wünschen Euch viel Freude beim Lesen.

Euer Redaktionsteam (KM SS15 und KM WS15)

Themenschwerpunkt Creativity & Learning

Management und Managementausbildung im Wandel: Kreative Wissensvermittlung

Wie sieht eine perfekte Führungsperson aus?
Welchen Erwartungen muss sie gerecht werden?
Gibt es das Wort »perfekt« in diesem Zusammenhang überhaupt?

Von Johanna Claussen, Johanna Steiner, Mallika Szkolik

Mit diesen Fragen beschäftigen sich Wissenschaftler, Unternehmen und Universitäten in den letzten Jahren immer häufiger. Die auf dem Arbeitsmarkt gefragte Führungsperson soll möglichst viele Eigenschaften vereinen, die man auch aus der kreativen Welt der Kunst kennt: schöpferisch und innovativ, geschickt im Umgang mit anderen Menschen, kommunikationsfähig und möglichst inspirierend. Der Arbeitsalltag wird in der Forschung und Praxis mal mit einem Theaterspiel verglichen, bei dem Menschen überzeugend ihre Rollen spielen und Topmanager ihre Entscheidungen und Pläne schmackhaft vermitteln wollen. Ebenso mit einem Orchester oder einer Jazzband, die stimmig aufspielt, improvisiert und swingt – Arbeit soll ja auch eine Leidenschaft sein. Management wird schon seit Längerem öfter als »Kunst« bezeichnet – was sich auch in dem bekannten Zitat des US-amerikanischen Unternehmers und Großinvestors Warren Buffett spiegelt, das auf dem Cover dieses Heftes zu lesen ist: »I am not a businessman, I am an artist«.

Der Kunst- und Kulturbereich hat vielfältige Modelle für Kreativität, Innovation und Daseinsfreude zu bieten, die die moderne Wirtschaftswelt benötigt. In der heutigen Zeit nach Finanzkrisen und Unternehmensskandalen wollen Hochschulen echte Führungskräfte ausbilden und keine Zahlenjongleure, die an funktionalem Wissen kleben und die Welt und die Menschen nicht verstehen. Eine Faustregel für kreatives Denken gibt es allerdings nicht. Manager müssen den Kontext verstehen. Kritisches und kreatives Denken kommen oft zu kurz und das rein analytische Denken genügt heute nicht mehr.

Es ist Konsens, dass erfolgreiche Unternehmen Probleme klar erkennen und bisher unbekannte Lösungen finden müssen. Aber nicht-lineares Denken und Kreativität lassen sich schlecht in den traditionellen Managementfächern entwickeln. Deshalb sollten Business Schools sich mehr mit Themen wie Psychologie, Politik oder Philosophie beschäftigen, denn genau das brauchen Führungskräfte. Die Kunst inspiriert Manager, die Dinge einmal anders zu sehen. So entwickeln sich neue Ideen, Strategien und Lösungen, die Unternehmen dabei helfen sich auf dem Markt zu behaupten. In diesem Kontext benutzt unsere Professorin Dr. Biehl-Missal den Begriff »Wirtschaftsästhetik«, der als Forschungsschwerpunkt der Hochschule interdisziplinär verankert ist. Auch das Art Coaching von Pro-Rektor Prof. Dr. Herbert Fitzek greift diese Themen auf. Ein Umdenken hat stattgefunden, und Manager und Mitarbeiter benutzen Prozesse, Produkte und Personen aus der Welt der Kunst, um neue Blickwinkel auf Probleme und festgefahrene Strukturen zu erhalten, und Lösungsansätze zu finden.

Auf den folgenden Seiten wird eine Reihe kreativer Methoden vorgestellt, die an unserer Hochschule eingesetzt werden. Viele davon, wie beispielsweise die Sketchbooks, haben wir selbst eingesetzt. Ebenso lassen wir andere Wissenschaftler und Praktiker zu Wort kommen, mit denen wir an der Hochschule gearbeitet haben.

Experten beantworten 3 Fragen zu kreativen Lern- und Lehrmethoden



3 Fragen an Prof. Clive Holtham: Sketchbooks für Manager



Clive Holtham ist Professor of Information Management an der Cass Business School, City University London, in England, und Direktor des Cass Learning Laboratory. Mit der Förderung des Erasmus-Programms besuchte er die BSP und tauschte sich mit Prof. Dr. Biehl-Missal über kreative Lehrmethoden und Forschung aus. Holtham benutzt seit vielen Jahren so genannte Sketchbooks für die Manager-Ausbildung, und erklärt uns, wie es dazu kam.

1) How did it come that you decided to introduce sketchbooks to business school teaching?

When working on the design for our new business school building, which opened in 2003, I connected for the first time with people with an arts background.

Specifically in 2004 I began research collaboration with a drama education professor, and his use of artists' sketchbooks made a deep impression on me.

I came to realise that methods developed in the arts could be adapted for business school students, and indeed for use by business school faculty as well.

2) Since when do your students work with sketchbooks and what experiences were made?

When we created a new MBA elective in the art of management in 2005, it was clear that reflection was a key dimension, so we required MBA students to use an artist's sketchbook in an artful way for their reflections.

I also did the sketchbook coursework as well, and was amazed at how different my reflections were when made in this way. I now have a large collection of my own reflective sketchbooks.

In 2005 I took six to eight weeks to complete an 80 page book. Now (writing a lot less words per page) I can fill a 40 page book in two days of intensive work and reflection; I filled one in five days when at BSP.

For some modules we create special partly preprinted journals to overcome the » fear of the blank page. « We also use online reflection. Even though this is usually text only, these can be just as profound as what we see in paper sketchbooks.

3) What is your vision for management education in the 21st century, what role should creative methods play?

We see the world of business in the 21st century as a VUCA world (volatile, uncertain, complex and ambiguous). All these terms can be addressed rationally and scientifically, so we still need that side of a business school, but overemphasis on rationality in isolation played a major part in both the crashes of the 2000's. The real key to this VUCA world lies in what we call the six intuitive qualities – self-aware, perceptive, imaginative, critical, reflective and persuasive.

These have been the concerns of the arts and humanities for thousands of years.

I personally think the word » creative « can be misleading in business. It is not enough just to put » creativity « on top of conventional rational methods.

What is commonly regarded as creativity is only one part of the whole bundle of six intuitive qualities which top managers of the future require.

Management education needs to be Janus-like; to embrace and integrate both the rational and the intuitive.

What excited me about my visit to BSP was to see clearly the passion for this Janus approach, similar to what we have evolved at Cass over more than a decade.

3 Fragen an Dr. Leonie Baldacchino: Studierenden Kreativität beibringen



Das »The Edward de Bono Institute for the Design and Development of Thinking« an der University of Malta gehört zu den renommiertesten Forschungs- und Lehreinrichtungen für Kreativität weltweit. Seit fast einem Jahr ist die Hochschule Kooperationspartner der BSP Business School Berlin. Prof. Dr. Andreas Braun, der als Gastprofessor am Edward de Bono Institute unterrichtet, sprach mit der Direktorin des Instituts, Dr. Leonie Baldacchino.

1) Is creativity something we can teach our students?

Yes, indeed it is! Creativity is a skill and, just like any other skill, it can be nurtured and taught. A variety of tools have been developed to help us be more creative, and when we teach our students how to use these tools we see a marked boost in their creativity. The more they practice, the better they become, which builds their confidence in their creative skills. This in turn encourages them to try out new creative ideas and solutions, leading to further skill improvement.

2) Why is creativity so important for the current and (even more important) for the future world of work?

In today's rapidly changing world, the future is unlikely to be a repetition of the past. New challenges emerge every day, and yesterday's solutions may be insufficient to overcome the obstacles encountered tomorrow. Successful adaptation to this dynamic reality requires the ability to generate creative ideas, implement innovative strategies, and attain an entrepreneurial mindset that transforms problems into opportunities.

3) The Edward de Bono Institute is best-known in the creativity community worldwide. Why?

The Edward de Bono Institute was set up at the University of Malta in 1992 in collaboration with the Maltese-born and internationally renowned Professor Edward de Bono, who is the inventor of various creative thinking tools and techniques including Lateral Thinking and the Six Thinking Hats. Over the years, we have steadily built a reputation for being a centre for excellence in creativity and idea generation in terms of teaching creative thinking as a skill, conducting research on creativity in various settings, and providing consultancy on creativity in different contexts. However our expertise is not limited to creativity, as we now also offer a wide range of courses and events in the interrelated subject areas of innovation management, entrepreneurship and foresight. We offer a popular Master in Creativity and Innovation which attracts students from a broad base of disciplines from all over the world, we are planning to welcome our very first PhD students next October, and a part-time Diploma programme is also in the pipeline.

3 Fragen an Danny Kensa: Lernen ist immer mit Emotionen verbunden



Danny Kensa ist Projektmanager der Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation und betreut dort vom Standort Wirtschaftsagentur Neumünster aus den Bereich Wissenstransfer über Offline-Kommunikation. An der BSP gab er im Juni 2016 einen Workshop für Studierende des Faches Kommunikationsmanagement. Der Workshop war als sog. »World Café« aufgesetzt. Gegenstand des Workshops: Wie verändern sich Berufsbilder des Kommunikationsmanagers im Rahmen der Digitalisierung?

1) Welche Anforderungen stellt die Digitalisierung an Kreativität und Lernen?

Zuerst einmal wird die Beherrschung vielfältiger digitaler Lernmedien Voraussetzung für grundsätzlichen Lernerfolg sein. Die große Bandbreite an Lernmedien stellt dabei eine tolle Perspektive dar, individuelle Lernbedürfnisse zu befriedigen (»für jeden ist das Richtige dabei«). Risiken liegen aus meiner Sicht im Mangel an sozialer Interaktion (Selbstreflexion innerhalb von Peergroups nur mittelbar; soziale Kontrolle/Mitnahme des Einzelnen im Sinne der/durch die Gruppe ebenso). Große Vorteile bietet die Digitalisierung im Hinblick auf das individualisierte Lernen; hier kann der Lernende sich

aus der Bandbreite der Möglichkeiten sehr passgenau seine ideale Lernumwelt sowie Inhalte und Lerngeschwindigkeit gestalten. Riskant bewerte ich die Gefahr der Anonymisierung des Lernenden, der sich und seinen Lernerfolg nur mittelbar an anderen spiegeln kann.

2) Welche Rolle spielen in diesem Kontext Offline-Formate?

Technologiegestützte (Weiter-)Bildung bietet aus meiner Sicht große Potenziale, Lernprozesse zu unterstützen und zu ergänzen beziehungsweise geografische Grenzen für Lerngruppen zu überbrücken. Für den Menschen als soziales Wesen steht für mich jedoch die echte analoge und »ungefilterte« Kommunikation auch im Bereich des Lernens im Vordergrund. Lernen und insbesondere Wissenstransfer sind für mich immer mit Emotionen und menschlicher Interaktion verbunden – hierfür bieten Offline-Formate die besten Grundvoraussetzungen. Offline-Formate werden auch künftig nicht ersetzbar sein, sondern weiterhin den Kern jeglichen Lernens darstellen.

3) Wie funktionieren Workshops, die Sie anbieten, und welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

In meinen Workshops bediene ich mich integrativer, aktivierender Methoden wie World Café, Open Space, Brain-/Poster-Walking. Diese können als Modul auch in bestehende Formate integriert werden, sie sind also kein Selbstzweck. Mir ist es wichtig, die Teilnehmer aus ihrer »Zuhörer-Rolle« herauszuholen und ihnen die Möglichkeit zu geben, sich selbst beziehungsweise ihr Wissen und ihre (oft unerwarteten) Kompetenzen aktiv in Veranstaltungen einzubringen und somit echten Wissenstransfer zu schaffen. Sehr oft werden in solch »offenen« Veranstaltungen durch die Teilnehmer Themen und Aspekte auf die Agenda gehoben beziehungsweise eingebracht, auf die ich als »Veranstalter« selbst nie gekommen wäre, oder denen ich keine echte Relevanz zugemessen hätte. Insofern habe ich sehr positive Erfahrungen damit gemacht, den Betroffenen eine Plattform zur Bearbeitung der für sie relevanten Themen mit Gleichgesinnten geschaffen zu haben. Meine Formate ermöglichen grundsätzlich die hierarchie- und bereichs-/ressortübergreifende Kommunikation und tragen damit hochgradig zu Vernetzung und Transfer von Wissen in Organisationen und auch organisationsübergreifend bei.

3 Fragen an Dr. Arndt Pechstein: Ideen durch Iteration



Was haben ein Getränke- und Warenautomat für Obdachlose, eine Willkommensbox für Schüler aus Flüchtlingsfamilien und eine Onlineplattform für Senioren gemeinsam? Sie alle sind Produkte oder Dienstleistungen, die Studierende des Masterstudiengangs Business Administration im Modul Start-up-Workshop entwickelt haben. Das Besondere daran: Der von Dr. Arndt Pechstein und Prof. Dr. Andreas Braun geleitete Kurs nutzte die Methode des Design Thinking (DT). Drei Monate hatten die Studierenden Zeit, eines von drei Themen im Bereich Social Entrepreneurship zu bearbeiten, DT kennenzulernen und anzuwenden sowie ihre Idee in einem Business Plan (zumindest gedanklich) umzusetzen. Dr. Arndt Pechstein ist DT-Coach und weltweit gefragter Experte im Bereich Biomimicry.

1) Was ist Design Thinking?

Design Thinking ist eine Methode zur iterativen Entwicklung von Innovationen. In dem Prozess steht der Nutzer im Vordergrund. Durch das Zusammenbringen von Kreativmethoden, variablen Räumen und zielgruppenangepasster Ideenentwicklung in heterogenen Teams entstehen neue, disruptive Lösungen. Die sogenannten Iterationszyklen, Schritte, in denen die Lösung überarbeitet und angepasst wird, verhindert das Verschenden von Zeit und Ressourcen.

2) Wie läuft der Design Thinking-Prozess ab?

Der Design Thinking-Prozess besteht aus verschiedenen Phasen, die jedoch nicht linear, sondern iterativ durchlaufen werden. Divergente Phasen (Auswahl schaffen, in die Breite gehen) und konvergente Phasen (Auswahl treffen, fokussieren) wechseln sich ab. Die Zielgruppen werden in den Prozess mit einbezogen, etwa durch Empathiearbeit und Feedback.

3) Was ist der besondere Mehrwert?

Neben dem enormen Potential für innovative Ideen entstehen durch den Design Thinking-Prozess auch neue Formen der Kollaboration und kreativen Zusammenarbeit über Abteilungen und Fachgrenzen hinweg. Der Prozess bildet die Grundlage für ein neues Arbeitsbewusstsein. Komplexität und Diversität werden dadurch zur großen Chance für Unternehmen. Design Thinking ist damit ein Instrument, das nicht nur Innovationen nach außen bewirkt, sondern auch treibende Transformationsprozesse innerhalb von Unternehmen katalysiert. Es führt durch das Zusammenbringen von Talent, Wissen, Intuition und Technologie zu emergenten Effekten, die zukunftsweisend für Unternehmen und Gesellschaft sind.

3 Fragen an Bernhard Wolff: Ideen entstehen, wenn Menschen offen miteinander reden



Bernhard Wolff ist Rückwärtssprecher (einfach einmal »Bernhard Wolff« und »Banane« bei Youtube eingeben und staunen) und Kreativitäts-Experte, gern gesehener BSP-Gast. Zuletzt hielt Herr Wolff eine Motivationsrede bei der Vorlesung Entrepreneurship und Innovation im Studiengang Business Administration. Kürzlich ist sein Buch »Titel bitte selbst ausdenken – 157,5 erfolgreiche Ideenbeschleuniger« erschienen. Hier sein Gastbeitrag.

1) Wo haben Menschen die besten Ideen?

Auf dem Klo! Bei Umfragen wird der Nassbereich regelmäßig als Ort des kreativen Denkens genannt.

2) Wo arbeiten Mitarbeiter, von denen Ideenreichtum verlangt wird?

Selten auf dem Klo! In Umfragen nennt fast niemand den eigenen Arbeitsplatz. Traurig, aber wahr. Im Grunde sollte ich froh sein. Denn mein Job ist es, Menschen kreativer zu machen. Das Problem ist allerdings nicht, wie eine Idee in den Kopf rein kommt, sondern ob sie raus darf! Mitarbeiter haben Ideen, aber keiner will sie hören!

2) Wie werden Menschen kreativer?

Es geht nicht darum, einzelne Menschen kreativer zu machen, sondern eine kreative Unternehmenskultur zu schaffen. Der nachweislich größte Ideenkiller ist »gefühlte Kontrolle«: Menschen, die sich kontrolliert fühlen, blockieren mental. Probieren Sie es aus: Bitten Sie einen Kollegen, auf einem Blatt Papier Ideen zu notieren, und schauen Sie ihm dann über die Schulter. Dazu ein grimmiges »hmm, naja!« – und schon herrscht Stillstand. Die Wirkung ist noch stärker, wenn Sie sagen: »Ist nicht Dein Ernst!« Der Kontrollierende hat den höheren Status und kann jeden Ideenfluss zum Versiegen bringen. Wenn Sie mich fragen, lautet das Erfolgsrezept: Vernetzung und Vertrauen. Wo Menschen gut vernetzt offen und vertrauensvoll miteinander reden, entstehen auch Ideen. Und niemand muss extra auf Klo!

Werkzeugkasten kreativer Transfermethoden

Von Malte Viße und Arya Khadjeh Zadeh



Action Learning
Hier arbeitet ein Team zusammen an einem realen Projekt und reflektiert den Prozess des Lernens. Diese Form des Lernens ist die nachhaltigste Form für persönliche und organisatorische Entwicklung.

Open Space
Open Space ist eine Methode, die zur Gestaltung von Konferenzen angewandt wird. Im Gegensatz zur normalen Konferenz gibt es kein vorher festgelegtes Veranstaltungsprogramm. Es wird lediglich ein (Leit-)Bild vorgegeben. Anschließend wird das Veranstaltungsprogramm von den Teilnehmern selbst gestaltet. Diese Methode wird meist bei komplexen und drängenden Problemen in Organisationen eingesetzt.

Mind Mapping
Mind Mapping ist eine Technik zum Erschließen und visuellen Darstellen eines Themengebietes. Hierbei soll das Prinzip der Assoziation helfen, Gedanken frei zu entfalten und die Fähigkeit des Gehirns zur Kategorienbildung zu nutzen.

World Café
Die Idee dieser Methode ist, Personen miteinander ins Gespräch zu bringen. Man führt intensive Diskurse in einer Gruppe, und um das Ganze zu vertiefen, wechseln die Teilnehmer mehrmals die Gruppen. Am Ende steht eine Abschlussrunde mit allen Beteiligten an. Die Intention ist, dass sich Teilnehmer möglichst schnell ohne Berührungsängste treffen, kennen lernen und austauschen.

Serious Play
Serious Play ist eine innovative Problemlösungs- und Kommunikationsmethode. Hier erarbeiten die Teilnehmer beispielsweise neue Geschäftsstrategien, sie entwickeln oder optimieren die Zusammenarbeit im Team oder analysieren Krisensituationen. Dafür wird mit Legosteinen modelliert.

Design Thinking
Die Prinzipien von Design Thinking werden in den Antworten von Dr. Arndt Pechstein (siehe oben) deutlich: offensive Fehlerkultur, Generieren von möglichst vielen Ideen innerhalb kürzester Zeit, spielerisches Umsetzen von niederkomplexen Prototypen, Arbeiten in einem interdisziplinären Team ohne Hierarchien, Empathie mit dem Nutzer, Experimente statt Theorie. All dies stellt zwar die klassischen Ideale der Arbeitswelt radikal auf den Kopf, führt jedoch in der Umsetzung zu erstaunlichen Erfolgen und macht gleichzeitig sehr viel Spaß. Aus diesem Grund ist das Modul Design Thinking im Curriculum der BSP fest verankert.

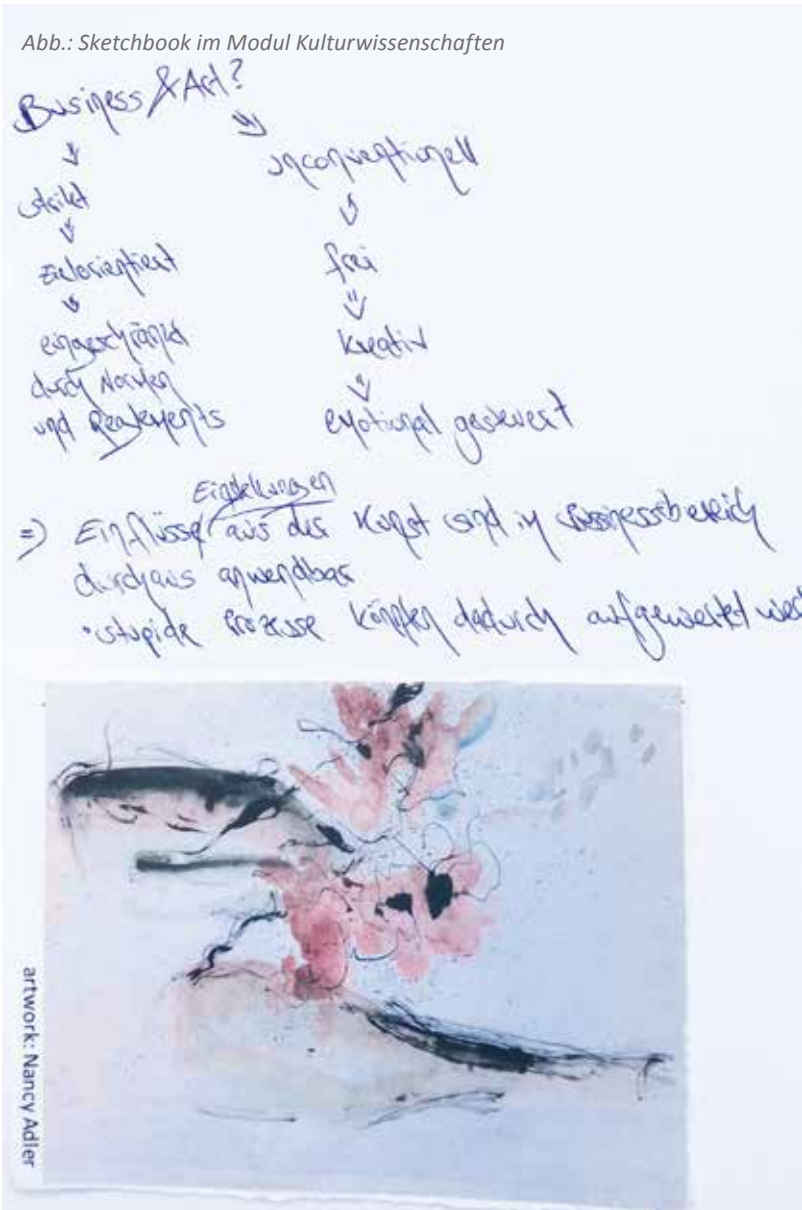
Creativity konkret an der BSP

→ **Sketchbooks**

Erfolgreiche Manager zeichnen, skizzieren und nehmen sich Zeit zur Reflexion. Sie sind erfolgreich, weil sie ihre einzigartige Perspektive in die Praxis und Führung bringen. Diese muss aber erst einmal entwickelt werden. Über dieses Thema erschien im Harvard Business Manager in Artikel der Managementprofessorin Nancy Adler, die selbst Kunstwerke in die Managementforschung einsetzt. Sie sagt: Ein Skizzenbuch erlaubt, kreativ nachzudenken und Themen für sich selbst anders zu erschließen. Darüber spricht auch Clive Holtham von der Cass Business School (S. 11) bei seinem Besuch an der BSP. Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal hat Sketchbooks im Modul Kulturwissenschaften im Studiengang Kommunikationsmanagement eingesetzt – zu Themen, die jeweils einzelne Sitzungen und Exkursionen betrafen. Die Studierenden machen die Nacharbeit einmal anders und fragen sich beispielsweise: Wie wird Geschichte erzählt, warum »spielen« Menschen »Theater«, und wie stehe ich selbst zu Themen wie Rassismus nach dem Besuch einer kritischen Tanz-Performance.

→ **Kunstcoaching**

Kreative Methoden werden an der BSP nicht nur angewendet, sie werden auch erforscht und weiterentwickelt. Zum festen Bestandteil der Wirtschaftspsychologie in Forschung und Lehre gehört die tiefenpsychologische Methode des Kunstcoachings. Sie setzt sich mit der hintergründigen Wirkung von Kunstwerken auseinander und baut darauf, dass Malerei und Skulptur in intensivem, psychologisch begleiteten Erleben eine Wirkung freisetzen, die nicht nur das Kunstwerk selbst, sondern auch den Betrachter entschlüsselt und ihm hilft, (besseren) Umgang mit seinen Sehweisen und Eigenarten zu finden. Eine Variante des Bild-Erlebens, die auf Sigmund Freud persönlich zurückgeht, lernen unsere Studierenden auf ihrer Studienfahrt nach Rom kennen. An unserer Hochschule steht Kunstcoaching im Kontext Führungskräfteentwicklung von Managern und Teamreflexion. Es wurde in den letzten Jahren nicht nur für verschiedene Praxiskontexte erschlossen, sondern von Studierenden der Hochschule in zum Teil herausragenden Abschlussarbeiten an einer großen Anzahl von Kunstwerken erprobt und wissenschaftlich evaluiert.



→ **Design Thinking**

Im Projekt Design Thinking haben sich die Modemarketingstudierenden die Frage gestellt, welche konkreten Einkaufsbedürfnisse die Modekonsumenten aktuell und in Zukunft haben. Gestartet wurde das Projekt mit einer inhaltlichen Recherche zur Zukunft des Modehandels. In kürzester Zeit waren die Pinnwände mit Post-Its gefüllt und alle Kursteilnehmer auf demselben Wissenstand. Dann wurde die typische Design Thinking-Nutzerperspektive eingenommen, zahlreiche Interviews geführt und eine Synthese definiert. Zugeschnitten auf eine Persona wurde die eigentliche Fragestellung möglichst konkret auf den Punkt gebracht. Ausgehend von Fokus-Fragen wurden mit Hilfe unterschiedlicher Kreativitätsmethoden (Disney-Methode, Brainwriting, Osborne-Methode) nach der Devise »Quantität zählt« unzählige Ideen entwickelt und die besten Ideen durch eine definierte Kriterienmatrix ausgewählt. Mit Hilfe des Prototyping wurden diese Ideen visualisiert. Dass der spielerische Aspekt besonders wichtig ist, wird durch die typische Design Thinking-Materialbox deutlich: Legosteine, sowie buntes, kindliches Bastelmaterial gehören zum festen Sortiment.

→ **Sozialpsychologie, Respektforschung & Friedenspädagogik**

Erkenntnisse aus der Sozialpsychologie »live« erlebbar zu machen, ist ein Ziel der Lehre von Prof. Dr. Tilman Eckloff. Es geht darum, zwischenmenschliche Prozesse im Kurs mit sozialpsychologischen Lehrinhalten zu verbinden. Das besondere an dieser aus Gruppendynamik, Respektforschung und israelischer Friedenspädagogik abgeleiteten Methodik liegt darin, dass es sich nicht um Rollenspiele, Fallarbeit oder Simulationen im klassischen Sinne handelt, sondern dass das reale Miteinander der Studierenden vor dem Hintergrund definierter Rahmenbedingungen zum Thema gemacht wird. Diese Art von Übung hat immer zwei Phasen: Eine erste Phase, in der die Studierenden vor dem Hintergrund der definierten Rahmenbedingungen frei agieren. Und eine zweite moderierte Phase, in der das Verhalten und Erleben der Studierenden in der ersten Phase in Bezug auf sozialpsychologische Forschungserkenntnisse und Mechanismen hin reflektiert wird. Auf diese Weise verankern sich die Lehrinhalte im konkreten Erleben der Studierenden und fördern die theoriegeleitete Handlungsfähigkeit der Studierenden in vergleichbaren sozialen Kontexten.



→ **Training outside the Box**

Jedes Semester reisen BSP-Studierende gemeinsam zu einem mehrtägigen Seminar ins Schloss Kröchlendorff bei Prenzlau, um wichtige Soft Skills für die Managementpraxis zu trainieren. Unter der Leitung von Prof. Dr. Rainer Zeichhardt und zusammen mit einem Trainerteam werden im Rahmen diverser Szenarien und Übungen schwierige Konfliktsituationen simuliert, Kommunikationsstrategien erprobt und komplexe Gruppenphänomene analysiert. Das Training basiert auf der effizienten Methodik des »Action Learnings«: Verhaltenswissenschaftliche Managementkonzepte werden durch verschiedene Übungen erlebbar, und die Erfahrungen und Emotionen werden anschließend durch professionelles Feedback intensiv theoretisch reflektiert.

→ **Serious Play**

Der Einsatz von Bausteinen wie Lego Serious Play oder von anderen Bausteinen ermöglicht, abstrakten Ideen eine konkrete Form zu geben, was sich psychologisch auch als »Gestaltung« bezeichnen lässt. So haben Studierende etwa die Kommunikationssituation in einer gemeinsam erlebten Organisation mit Bausteinen dargestellt und dabei gemerkt, wie metaphorische »Mauern«, »Distanzen« und »Leerstellen« die Wahrnehmung prägen. Nach der gemeinsamen Reflexion und Interpretation wird umgebaut: Was muss verschwinden, um etwa die Führungsperson »näher« an die Organisationsmitglieder zu bringen, wie lassen sich »Brücken bauen«. Auf einer anderen Dimension fördert diese gemeinsame Aktion das Teamgefühl.



Abb.: Duplo - Serious Play



Abb.: World Café

→ **World Café**

BSP-Studierende haben regelmäßig die Möglichkeit, über die Methode World-Café, verschiedene Sichtweisen auf ein Thema zu diskutieren und neue Zusammenhänge zu erarbeiten. Die Studierenden verschiedener Jahrgänge des Kommunikationsmanagements beispielsweise haben sich im Sommersemester 2016 zum Thema Herausforderungen für Kommunikationsprofis in der Digitalisierung vernetzt. Die Methode eignet sich hervorragend zum Kennenlernen, und die angehenden Führungskräfte haben neue Netzwerke gebildet für die kommenden Semester und die Zeit danach.

→ **Kreativer Ansatz zum Lernen mit Excel**

Eine neue Lern-/Lehrform hat Prof. Dr. Alexander Alscher für das kreative und praktische Erlernen der Budgetierung und Finanzplanung entwickelt. Auf Basis der eigenen Erfahrung als Gründer der samedi GmbH hat er ein grobes Grundgerüst seiner Startup-Budgetierung abgeleitet und es als praktische Übungsaufgabe aufbereitet. Im Kurs Finanzierungs- und Kostenmanagement stellt jeder MBA-Student für sich ein Budget für sein eigenes Startup auf Basis dieses Grundgerüsts am PC im PC-Labor auf (monatsweise über drei Jahre). Dabei werden schrittweise die einzelnen Kostenpositionen und Einnahmeströme diskutiert. Wie in der realen Welt gibt es dabei keine einfache Musterlösung, sondern das Ergebnis wird im Rahmen der eigenen Erfahrungen und Diskussionen erarbeitet. Damit wird die kritische Reflexion der Finanzierung und der Unternehmensstrategien gefördert. Zugleich wird der Umgang mit Microsoft Excel trainiert.

→ **Filmanalyse**

Film, Literatur und Theater werden in steigendem Ausmaße zur Führungskräfte-Fortbildung benutzt. Gemeinsam mit Master-Studierenden der »Analytischen Intensivberatung« besprach Prof. Dr. Daniel Salber den neuen Tarantino-Film »The Hateful 8«. Der Film lässt das Wechselbad von Misstrauen und ganz fragilem Vertrauen den Zuschauer erleben und die Dramatik des »Kampfes aller gegen alle«, der zu Urzeiten wie heute den Grund aller Kulturentwicklung bildet. Gemeinschaft ist Sicherheit und Lebensgefahr zugleich. So geht der Zuschauer ebenso vorsichtig mit seinen Sympathien um wie die Leute in der Hütte im Tarantino-Film. Die Anderen wollen einem das Leben rauben, zum Überleben braucht man sie aber. Warum dieser Film gerade heute? Die Globalisierung vergäße, auf welche Verbrechen sie sich gründet, so Salber. »The Hateful 8« holt die düstere Unterwelt einer Kultur ans Licht, die sich selbst als sauber, gerecht und allmächtig wähnt.

Creativity & Learning: Das sagen BSP-Studierende

Von Zelal Durmus und Dana Gelerman

» Ich selbst lerne eher klassisch mit Karteikarten, ab und zu fertige ich mir auch eine Art Probeklausur an. Unterpunkte, die ich mir nicht so gut merken kann, sortiere ich mir so, dass die Anfangsbuchstaben ein Wort bilden, welches ich mir dann merke. So kann ich alle Unterpunkte in der Prüfung wieder abrufen. Beim Unterrichten meiner Nachhilfeschülerin kommen dann auch selbstgebastelte Memories zu Vokabeln oder ähnliches hinzu.«

Ronja Bangerter

» Mir hilft es, wenn ich mich nach dem Lernen von jemandem abfragen lasse und mich über die Inhalte austausche. So kann ich das Gelernte wiederholen und es festigt sich bei mir besser.«

Mirjana Kormoll

» In unserem Studiengang spielt Kreativität eine wichtige Rolle für unser weiteres Berufsleben. Daher finde ich es gut, dass wir verschiedenste Themen auf kreativste Art lernen können.«

Julia Happe

» Kreatives Lernen war im Rahmen der diesjährigen Veranstaltung Future of Education in Hamburg ein essentieller Bestandteil. Durch viele Perspektiven im interdisziplinären Kontext entstanden dort wertvolle Erkenntnisse zu den Themen Achtsamkeit, neue Lehr- und Lernmethoden und Design Thinking.«

Christopher Hähn

» Kreatives Lernen heißt für mich, anhand gemeinsam entwickelter Methoden ein Lernziel zu erreichen und es so aufzubereiten, dass es für viele Menschen spannend gestaltet ist.«

Ludwig Zimmeck

» Für mich ist es immer wichtig, regelmäßig und kontinuierlich den Stoff aus den Modulen zu wiederholen und somit zu lernen. Mein Ziel ist, es jede Woche neue Inhalte zusammenzufassen und in eigenen Worten an Beispielen zu erläutern. So spare ich mir den Stress kurz vor den Prüfungen und kann mich im Unterricht aktiv beteiligen.«

Felix Hanke

» Beim kreativen Lernen gibt es kein richtig oder falsch. Für mich geht es vor allem darum, neue Wege und Möglichkeiten zu finden, die den Lernprozess optimieren. Ich persönlich kann am besten abends vor und nach dem Sport lernen. Der Sport dient dabei als Verarbeitungspause und steigert die Effektivität des Lernvorgangs.«

Antonia Wagner



News aus Forschung an der BSP

Respekt & Führung

Prof. Dr. Tilman Eckloff hat auf einer Fachtagung für Dozenten im Bereich Demokratiepädagogik mit Uki Maroshek-Klarmann, Autorin des Trainingsansatzes »More than one Democracy« und Direktorin des ADAM-Institutes in Jerusalem, die Übertragung der Methodik auf die Anwendung in deutschen Bildungseinrichtungen erprobt und diskutiert und auf dieser Grundlage seine Lehre im Bereich ethischer Führung weiterentwickelt. In seinem Fachvortrag »Respekt, Führung und Konflikt« vor Führungskräften eines Dresdener Krankenhauses stellte Eckloff zentrale Logiken der Steuerung des Miteinanders in Organisationen vor und zeigte konkrete Möglichkeiten auf, konstruktiv und zielführend mit Konflikten in Organisationen umzugehen.

Erfolgsfaktoren im Internationalen Marketing

Dipl. Kfm. Michael Bahles veröffentlichte dieses Jahr zwei Artikel im Bereich Internationales Marketing. Einmal einen Artikel zu den »Erfolgsfaktoren globaler Kommunikationskampagnen« in dem Marketing Magazin »MTP Mehrwert« der Marketing-Initiative »MTP - Marketing zwischen Theorie und Praxis e.V.«. Außerdem veröffentlichte er einen Artikel in dem Marketing-Fachmagazin »New Business« zum Thema: »Die Anwendung von Diplomatie bei der Entwicklung von internationalen Kampagnen«.

Tanz & Management

Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal verantwortet mit Dr. Claus Springborg (Kopenhagen) einen Konferenz-Track zum Thema »Organizing movement: on dance, sound, embodied cognition and organizations«. Bei der »Art of Management and Organization Conference« in der IEDC-Bled School of Management in Slowenien diskutieren internationale Forscher und Praktiker darüber, wie Tanz und Bewegung zur Personal- und Organisationsentwicklung eingesetzt werden kann, beziehungsweise welche kreativen Perspektiven dies auf die Management-Theorie eröffnet. Biehl-Missal arbeitet derzeit an einem Buch über »Dance, Movement and Organization«, das bei Routledge in New York in einer Managementbuchreihe erscheinen wird. Über die Geschichte

Berlins, Techno und das Berghain hat sie im international gerankten Journal Culture & Organization den Artikel »Filling the 'empty space': Site-specific dance in a techno club« publiziert. Bedeutung ist in einer solchen Situation ortsspezifisch und original sowie in »Bewegung«, wobei die Atmosphäre von den Anwesenden, dem DJ, und dem Raum kreiert und permanent verhandelt wird. Die Prinzipien sind transferierbar auf nonverbale, verkörperte Interaktion in Organisationen auch außerhalb der Creative Industries → <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14759551.2016.1206547?journalCode=gsc020>

E-Leadership

Prof. Dr. Rainer Zeichhardt hat eine weitere Publikation zum Thema »E-Leadership« veröffentlicht: Anhand verschiedener Erfahrungsberichte aus der Praxis wird in dem neuesten Beitrag die Interaktion von Führungskräften und Mitarbeitern im digitalen Zeitalter illustriert. Dabei wird gezeigt, wie digitale Medien eine hierarchiefreie Teamarbeit ermöglichen und die digitale Transformation von Organisationen unterstützen. Neben den vielfältigen Vorteilen werden aber auch die oftmals subtilen Auswirkungen der Digitalität plastisch herausgearbeitet. Als Lösungsansatz wird eine Checkliste für ein optimales E-Leadership in der Praxis präsentiert.

Informationsmanagement

Prof. Dr. Thomas Thiessen hat eine Studie rund um das Thema Informationssicherheit durchgeführt. 2015 ist das IT-Sicherheitsgesetz in Kraft getreten. Damit werden Unternehmen im Bereich Kritischer Infrastrukturen (z. B. Energie, Logistik) zur Umsetzung von Informationssicherheits-Maßnahmen verpflichtet. In der nun fertiggestellten Umfrage »IT-Sicherheit im Fokus« stellte die BSP in Kooperation mit dem Projektpartner TTS Trusted Technology Solutions die Frage, ob und in welcher Tiefe die neue IT-Sicherheitsgesetzgebung bereits berücksichtigt wird. Dazu wurden 70 Unternehmen befragt, die im Bereich kritischer Infrastrukturen tätig sind. Wesentliche Erkenntnisse aus der Umfrage sind unter anderem: Das Risikobewusstsein der befragten Unternehmen ist hoch, aber die Implementierung von Sicherheitssystemen befindet sich bei der Mehrzahl der befragten Unternehmen noch im Aufbau.

Corporate Startup Award 2015: eine BSP-Masterstudentin ist dabei!

Was können Großunternehmen und Startups voneinander lernen? Wie lassen sich Innovationspotentiale und moderne Tools aus der Gründerszene auch in Konzernstrukturen umsetzen? Heidi Wegner aus dem Master-Studiengang »Personal- und Organisationsentwicklung« hat sich im Rahmen ihrer Thesis mit diesen aktuellen Fragen anhand eines spannenden Praxisfalls beschäftigt, der »Startup Safari« der Deutschen Bahn. Bei der »Startup Safari« handelt es sich um ein neues Personalentwicklungsprogramm der Deutschen Bahn, das es Mitarbeitern ermöglicht, für eine Woche in einem Startup zu hospitieren und begleitende Workshops zu Innovationsthemen zu besuchen. Ziel des Programms ist es, dass die Teilnehmenden spezifische Startup-Kultur live erleben und ihre Erfahrungen anschließend als Intrapreneure im Konzern integrieren können. Heidi Wegner hat die Startup-Safari im Rahmen ihrer Thesis wissenschaftlich begleitet. Betreut wurde die Arbeit von Frau Stefanie Brickwede aus dem Vorstandsressort Technik und Umwelt der Deutschen Bahn und Prof. Dr. Rainer Zeichhardt von der BSP. Dass das Thema nicht nur wissenschaftlich, sondern auch in der Corporate-Praxis hoch relevant ist, zeigt sich daran, dass die Startup Safari mit dem diesjährigen Corporate Startup Award als »bestes Corporate Entrepreneurship« prämiert wurde. → <http://2015.corporatestartupaward.com/>

Interdisziplinäre Forschung an der BSP rund um die Digitalisierung der Wirtschaft

Seit Anfang 2016 ist die BSP Konsortialführer des bundesweiten Projekts Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation, initiiert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. Einen erheblichen Anteil an dem Projekt haben einschlägige Forschungsbeiträge rund um die digitale Veränderung. Ein besonderes Anliegen der Hochschule ist es, auch die Studierenden in das Projekt zu integrieren und dazu auszubilden, die Managementherausforderungen der digitalen Wirtschaft bewältigen zu können. Im Rahmen des Projekts befassen sich mittlerweile fast zwei Dutzend Abschlussarbeiten von Bachelor- und Masterstudierenden mit den psychologischen, wirtschafts- und kommunikationswissenschaftlichen Hintergründen der digitalen Veränderungen.

Die Untersuchungen richten sich dabei auf verschiedene Ebenen: Auf die Person der Führungskraft ebenso wie auf die Interaktion von Führungskraft und Belegschaft sowie auf die strukturellen und kulturellen Rahmenbedingungen der digitalen Transformation in den Unternehmen. Daraus ergeben sich weitere Unterforschungsfragen wie z. B.:

- Was macht einen E-Leader aus? Lassen sich E-Leader typologisieren?
- Wie gelingt (medial vermittelte) Beeinflussung in digitalen Kontexten?
- Wie wirkt sich digitaler Struktur- und Kulturwandel auf Führungs- und Mitarbeiterverhalten aus?
- Und umgekehrt: Wie können Personen und Gruppen digitale (Organisations-) Strukturen und Kulturen verändern?

Um diese Themen interdisziplinär zu bearbeiten und Synergien zu entwickeln, wurde an der BSP eine Dialogplattform gegründet, auf der sich die am Projekt beteiligten Professoren und Studierenden über den Fortschritt ihrer Forschungsarbeiten aus unterschiedlicher Perspektive austauschen. Die Gruppe trifft sich regelmäßig und diskutiert Fragestellungen, die im Rahmen der Forschungsarbeiten entstehen.



Faszination Jakobsweg

Neun Studierende, 14 Tage, 300 Kilometer – soweit die Parameter zum Projekt »Jakobsweg« im April. Für die Beteiligten war es vor allem eins: Ein unglaubliches Erlebnis! Das Phänomen Jakobsweg begeistert die Menschen. Jedes Jahr wandern allein 15.000 Deutsche nach Santiago de Compostela – Tendenz steigend. Dem Phänomen Jakobsweg waren auch neun Studierende der BSP, der MSB und der MSH auf der Spur. Das interdisziplinäre Projekt wurde von Prof. Dr. Andreas Braun und Dr. Alexander Trefz geleitet und von der Hochschulleitung finanziell getragen. Titel des Projekts: »Geschäftsmodell Jakobsweg – zwischen Kommerz und Spiritualität«. Ziel war es, Motivlage und Veränderungsprozesse zu untersuchen. Warum gehen Pilger auf den Weg? Wie verändern sich die Pilger während der Reise? Wie hat sich der Jakobsweg verändert? Aktuell werden die Daten ausgewertet, die Ergebnisse werden im nächsten BSP-Magazin veröffentlicht.

Forschungsprojekt Jakobsweg: Auf dem Weg zu sich selbst

Von Helene von Stülpnagel



Mein Studienfach Wirtschaftspsychologie war stets im Fokus: Gemeinsam mit einer Kommilitonin forschten wir den Jakobsweg entlang und waren neugierig, was eigentlich das Heilende am Jakobsweg ist. Zu dieser ganzheitlichen Forschungsfrage führten wir Tiefeninterviews mit Pilgern und Pilgerinnen, denen wir auf dem Weg begegneten. Wir trafen einen alten weisen Herbergsvater, der uns erzählte, dass der »Camino« über eine besondere Energie verfügt. Viele Pilger kommen nach der ersten Wanderung erneut, um zu wandern. Die Motivationen der Pilger sind ganz unterschiedlich, doch in den meisten Fällen durchwandern die Menschen ihre Probleme aus dem Alltag. Dabei spielen Themen wie Trauer, Ehepro-

bleme, Sinnesfragen, Mut, Ängste und Liebe eine Rolle. Es zieht die Menschen schon seit Jahrhunderten auf den Jakobsweg. Als wir am Ende des Tages unsere Herbergen erreicht hatten und uns beim gemeinsamen Kochen gestärkt hatten, verteilten wir Fragebögen und suchten Pilger für Interviews. Die Stimmung im Team war sehr motiviert und unterhaltsam.

In den Tiefeninterviews beschrieben uns die Pilger, welche Begegnungen sie mit anderen und sich selbst gemacht haben, welche Erkenntnisse sie in ihren Alltag mitnehmen können und erzählten uns sinnbildlich, wo genau der »Schuh« drückte. Ein besonders spannendes Tiefeninterview führte ich mit einer Frau, die vor kurzem ihren Sohn verlor. Es war für mich

zunächst eine Überwindung, dieses Interview zu führen. Sie beschrieb ihre erste Wanderung und auch die letzte Wanderung auf dem Camino als einen Lebensweg. »Manchmal ist es im Leben so, dass der Wind mit einem mit enormer Stärke entgegenweht, doch die Windstärke kann man nicht beeinflussen. Der Camino verläuft durch unterschiedlichste Landschaften mit Höhen und Tiefen und das macht es so vielfältig. Das Leben ist vielfältig und nicht beeinflussbar.« Es kommt, wie es kommt. Meine Probandin berichtete, wie sie Kilometer um Kilometer um ihren verstorbenen Sohn trauerte und ihr die Begegnungen mit sich und mit anderen Pilgern dabei geholfen hatten, mit ihrer Trauer besser umzugehen. Jeder verfolgt ein anderes Ziel oder entdeckt es erst während des Wanderns. Rück-

blickend würde ich sagen, dass die Begegnungen mit anderen, mit der Natur und sich selbst das Ziel des Jakobsweges ist.

Wieder in Berlin angekommen, wurden mir viele Fragen zu meinen Eindrücken gestellt. Eine ausreichende Antwort fiel mir schwer. Oft wurde ich gefragt, was das Schönste war, was ich erlebt habe und welche Erkenntnis ich mitnehmen konnte. Die Summe der vielen kleinen Eindrücke, Begegnungen, Gespräche und Erfahrungen machen die Erkenntnis am Ende erst rund. Die Forschungsreise hat mir einen Perspektivwechsel gegeben, den ich als eine wertvolle Erfahrung sehe. Ob ich den Jakobsweg erneut wandern würde? Sehr gerne!

Highlights aus den Studiengängen

Modemarketing

Kreativität und Strategie in der Praxis

Von Prof. Claudine Brignot, Studiengangsleiterin Modemarketing



Eine Besonderheit des Studiengangs Modemarketing ist die Verknüpfung von Theorie und Praxis, sowie das Ineinandergreifen von Kreativität und Strategie. Bei den Praxisprojekten, die sich durch das gesamte Studium ziehen, wird das besonders deutlich, denn die Studierenden arbeiten im Team mit einem externen Kooperationspartner aus der Modebranche zusammen. Dabei erleben sie einen Vorgeschmack auf den Arbeitsalltag, denn sie werden von einem realen Kunden gebrieft und entwickeln daraufhin Ideen und Lösungsvorschläge auf Maß. Nach einer Zwischenpräsentation innerhalb des Projektverlaufes findet als Höhepunkt die Endpräsentation am Ende des Semesters beim Kunden statt. Das hochwertige Stricklabel MAIAMI aus Berlin, die Galeries Lafayette und ein Startup für eine neue Kunst-App sind nur ein paar Beispiele aus dem breit gefächerten Portfolio.

Kampagnenplanung für bekannte Marke

Im Sommersemester hatten die Modemarketing-Studierenden die Chance, für das Unternehmen Egon Brandstetter, einem der bedeutendsten Herrenschneider Deutschlands und GQ Meister 2015, eine Kampagne zu entwickeln.

Die Studierenden wurden von dem jungen Team von Egon Brandstetter eingeladen und erlebten einen spannenden Vormittag mit Markenpräsentation und Briefing für das konkrete BSP-Kampagnenprojekt. Besonders beeindruckt waren sie von der außergewöhnlich hohen Qualität der Anzüge, die mit 15.000 Handstichen und 80 Stunden Handarbeit genäht werden.

Über die Projekt-Ergebnisse berichten wir regelmäßig auf der Homepage der BSP/Bachelorstudiengang Modemarketing/ Einblicke ins Studium.



Einblicke
in das Unternehmen
Egon Brandstetter

Fotos: Guillaume d'Hommée,
Dozent und Kursleiter
Kurs Modemarketing
WS15



Modul
Modgestaltung
und -produktion I und II
Mini-Kollektion

Modefotografie:
Jean-Louis Wolff



Modgestaltung: von den Grundlagen bis zur Umsetzung
Ein Modul, das ganz besonders den Gestaltungspart in den Fokus rückt, ist das Modul Modgestaltung und -produktion I und II. Über drei Semester hinweg lernen die Studierenden beim Dozenten Marcel Rijkse die Grundlagen des Modedesigns, von der Recherche über das Modezeichnen, die Schnittentwicklung und Formfindung in Stoff bis hin zur medialen Inszenierung und Umsetzung kennen.
Neben dem Entwurf und der Ausführung einer Mini-Kollektion haben die Studierenden des Kurses Modemarketing SS15 ein eigenes Fashion Label konzipiert, die Zielgruppe bestimmt und eine konkrete Vermarktungsstrategie ausgearbeitet. Ein besonderes Highlight war dabei wie immer das abschließende Shooting der eigenen Entwürfe mit einem professionellen Modefotografen.



Trendstudio

Im Modul Trend- und Lifestyleforschung geht es zentral um soziokulturelle Entwicklungen. Um diese zu erfassen, bietet es sich an, rauszugehen und sein Umfeld etwas genauer zu beobachten. Genau diese Art des Vorgehens konnten Studierende kursübergreifend im letzten Semester in einem praxisbezogenen Case erleben.

Zusammen mit the Studio (das sich selbst folgendermaßen beschreibt: »a new, small, Berlin-based crack unit of design researchers, interaction designers, and retail experts drawn from Zalando and IDEO«) konnten einige Studierende sich in einen laufenden Research einklinken. Kurzum wurde die eigene Hausarbeit zu einer Trendanalyse für die Streetstyle App SEEN AT (www.seen-at.berlin) umgewandelt und konnte so als eine Perspektive von außen in den Prozess eingebaut werden. Die Frage war, wie die App weiterentwickelt werden kann und was es zu berücksichtigen gibt bei einer App, die sich mit Mode beschäftigt. Das Learning: Neben inhaltlichen take-home lessons ist auch greifbar gemacht worden, dass Vorgaben von akademischer und praxisbezogener Seite sich gut in eine Hausarbeit integrieren lassen.



Kommunikationsmanagement

Aus dem kreativen Bereich lernen

Von Prof. Dr. Brigitte Biehl-Missal, Studiengangsleiterin Kommunikationsmanagement



Kommunikationsmanagement auf
Exkursionen

Inspiration durch
künstlerischen Praxis



Die Kommunikationspraxis und auch die kreative Realität bekommen ihren Platz in den Seminaren. Das zeigt sich einerseits in den vielen praktischen Projekten, darunter Kommunikationspläne für Wirtschaftsunternehmen, Veranstaltungen und PR-Konzepte. Andererseits hat der Kulturschwerpunkt KM SS15 und KM WS15, der auch dieses Heft mitgestaltet hat, neue Inspiration von der künstlerischen Praxis gewonnen, die sich auf das Kommunikationsmanagement anwenden lassen.

So haben die Teilnehmer zunächst beim Gallery Weekend Kunsthäuser besucht, Artefakte und Performances bestaunt und diskutiert. Im Boros Bunker auf der Reinhardstraße hat der fast brutal zusammengeschraubte Baum von Ai Weiwei die Teilnehmer staunen lassen, ebenso wie die bekannten Fotografien Wolfgang Tillmanns sowie Kunstwerke, die sich selbst durch Bewegung abnutzen. Die Interpretationsvielfalt und Komplexität solcher kreativen Produkte ist einerseits inspirierend, stellt andererseits neue Anforderungen an die kommunikative Vermittlung der Kulturangebote.

Um die Berliner Kreativwirtschaft in seiner flüchtigen Dimension kennenzulernen, hat der Kurs sich auch den darstellenden Künsten zugewandt und die Performance »Sorry« des Künstler-Kollektivs »Monster Truck« zusammen mit »The Footprints« besucht. Diese Fußabdrücke stammen von fünf Nigerianischen Waisenkindern, die koloniale Stereotypen in Tanz und Wort thematisieren und kritische Kulturperspektiven nahelegen. Auch hier muss der einzelne sich fragen, wie Gesellschaft und Geschichte erzählt werden, und wie auch Medien ohne Text wie Bewegung und das Event eine nachdrückliche Bedeutung vermitteln.

Der Bereich Musik hingegen benötigt viel Technologie und vor allem Expertise. Der Besuch beim Plattenlabel Reduced in Potsdam und die Gespräche mit Labelmanager Erik Helbl und dem Toningenieur haben einerseits die postmoderne Praxis des Sampelns und Musikproduzierens deutlich gemacht, andererseits auch die Möglichkeiten und Herausforderungen der Digitalisierung auf die Branche. Das Thema Digitalisierung und die Herausforderungen für die berufliche Praxis des Kommunikationsmanagements wurden für alle Studierende des Fachs in einem Workshop mit dem kreativen Format World Café weiter bearbeitet (S. 21).





Marketingkampagne für die Berliner Morgenpost

Der Printmarkt in Berlin ist hart umkämpft. Als Traditionsmarke muss die Berliner Morgenpost neue Zielgruppen für sich erschließen und hat sich dafür tatkräftige Unterstützung der jungen Kreativen aus der BSP geholt. Unter der Leitung von Morgenpost-Vertriebschef Robert Burghardt und Marketingdozent Dirk Hoenerbach entwickelte das BSP-Team von KM SS15 in zahlreichen Arbeitsterminen im Haus der Funke Verlagsgruppe am Kurfürstendamm eine innovative, integrierte Markenkampagne für die Morgenpost. Entstanden ist ein Kampagnenkonzept, mit dem die Berliner aufgefordert werden, den besten Arbeitgeber, Sportverein und andere Berliner Institutionen zu wählen. Das Konzept wurde von den Verlagsentscheidern mit Begeisterung aufgenommen und jetzt heißt es: umsetzen. Man darf gespannt sein, wann wir die ersten Ergebnisse in der Zeitung nachlesen können. Lange wird es nicht mehr dauern.



App entwickelt: 600 Teams beim Startupbootcamp ausgestochen

Von Dennis Sprute (KM WS13)

Nach meinem ersten Jahr an der BSP suchte ich ein Sommerpraktikum in New York. Über eine Veranstaltung, zu der mein damaliger Dozent uns einlud, lernte ich tatsächlich einen verrückten New Yorker kennen, der mir aber anbot, doch lieber hier eine Idee mit ihm auszuprobieren: Restaurants würden als Marketingalternative einen Teil der Car Sharing/Taxifahrt zahlen. Ich sprang ins kalte Wasser und fand mich schnell in Meetings mit Vapiano und Daimler wieder. Nachdem wir auch noch tolle Meetings mit CAR2GO und DriveNow hatten, haben wir das ganze etwas ernster genommen. Im Herbst durchliefen wir das Programm des Startupbootcamps mit Partnern wie Airbus und PayPal, wo wir 600 Teams aus der ganzen Welt ausgestochen haben. Nachdem wir dort verschiedene Geschäftsmodelle nach klassischer Lean Startup Manier getestet haben (bevor wir dann wirklich einen Prototyp entwickelt haben), gibt es unsere App »Hey Ride« seit April mit über 50 Berliner Restaurants im AppStore.

Dass ich mich durch das fünfmonatige Projektstudium voll dem Projekt widmen konnte, war natürlich ideal. Die BSP hat mich von Anfang an in jeder Phase toll unterstützt, von Ratschlägen bis hin zu Kontakten. Während ich nun in den letzten Zügen meines Studiums stecke, arbeiten wir weiterhin an unserer Vision vom Google of Local Intent.

Wirtschaftspsychologie

Wie können Flüchtlinge integriert werden?

Die kritische Situation der Flüchtlinge in Deutschland hat nicht nur die Hochschulleitung der BSP (Stipendienangebot für Flüchtlinge) und unsere Studierenden (Aktion: » Wir Helfen! «) aufmerksam gemacht, auch inhaltlich engagieren sich Studierende in ihren Bachelor- und Masterarbeiten vermehrt mit Fragen der Situation der Bürgerkriegsflüchtlinge in Deutschland – und das mit großem persönlichen Interesse und Erfolg.

So beschäftigte sich die Jahrgangsbeste aus dem Bachelorstudiengang Wirtschaftspsychologie, Malin Krainich, in ihrer Abschlussarbeit mit den Motiven ehrenamtlicher Arbeit am Beispiel der Flüchtlingshilfe. Sie zeigte, dass die Arbeit den freiwilligen Helfern durchaus nicht nur Opfer auferlegt, sondern dabei hilft, eigene Ängste und Unsicherheiten durch Konzentration auf Sinnvolles und Wesentliches im Alltag abzubauen. In seiner Masterarbeit wertet Jan Bühnen derzeit 50 Tiefeninterviews hinsichtlich der darin erkennbaren Wertemuster von Flüchtlingen aus, um ein Bild von den Bedürfnissen und Zukunftswünschen der Migranten in Deutschland zu generieren. Gemina Picht, Absolventin der Wirtschaftspsychologie im letzten Jahr, schreibt über Veränderungsprozesse der beruflichen Identität von Flüchtlingen ihre Masterthesis an der London School of Economics. Wir wünschen viel Erfolg!

TOLL!
**Aktualität in
Bachelorarbeit**

Motive ehrenamtlicher
Arbeit am Beispiel
der Flüchtlingshilfe



Internationale BWL

Kooperationen, Projekte und Internationalität

Von Michael Bahles, Studiengangsleiter
Internationale Betriebswirtschaft

Ausbau der Hochschulkooperationen in Asien

Das Studium der Internationalen BWL beinhaltet ein Semester im Ausland, wobei die BSP auf ein großes Netzwerk zurückgreift. Für den Ausbau der Hochschulkooperationen im asiatischen Raum ist Michael Bahles im März nach Asien gereist. Unter anderem wurde ein möglicher Double Degree mit der JCU James Cook University in Singapur besprochen und eine neue Hochschulkooperation mit den Chu Hai College in Hong Kong abgeschlossen. Darüber hinaus haben weitere Besuchstermine und Kooperationsgespräche in Taiwan stattgefunden.

Spannendes Marketing-Projekt mit Alba Berlin

Ein besonderes Highlight im Studiengang IBWL ist wieder die Durchführung eines echten Marketing-Projekts. Diesmal mit dem BSP-Unternehmenspartner Alba Berlin, für den der Kurs IBWL WS15 eine Uni-Liga für die Berliner Studierenden konzipierte und ein Vermarktungskonzept entwickelte. Die Unternehmensvertreter von Alba Berlin Daniel Endres, Marketing Manager, und der bekannte ehemalige Alba-Spieler und jetzt Vice President Alba Berlin, Henning Harnisch, brieften die Gruppe und nahmen am 10. Juni die Präsentation ab.

Viele Kulturen beim BSP International Day

Ein weiteres Highlight ist die Teilnahme der IBWL-Studierenden am ersten BSP International Day, wo sie die zahlreichen Kulturen der Hochschule in Form von Kulturständen repräsentieren.

Business Administration B.A.

Doswidanja, Moskau – Wir kommen wieder!

In die russische Hauptstadt reisten im Februar 2016 BSP-Studierende aus verschiedenen Kursen des Studiengangs Business Administration unter Leitung des Dozenten für Investition/Finanzierung Thomas Ehrich. Ziel der Exkursion war es, zum einen deutsche Unternehmen in Moskau vor dem Hintergrund schwieriger politischer Rahmenbedingungen wie der bestehenden EU-Sanktionen kennenzulernen. Zum anderen stand der Besuch der renommierten Lomonossov-Universität auf der Agenda, um eine mögliche Kooperation zwischen dieser Universität und der BSP zu eruieren.

Der erste Exkursionstag am Donnerstag stand ganz im Zeichen der deutschen Unternehmerschaft im verschneiten und windigen Moskau. Zunächst besuchten wir die Moskauer Dependenz des weltweit tätigen Immobilienentwicklers DREES & SOMMER. Der Kontakt ist über den Wirtschaftsclub Moskau zustande gekommen. Das Unternehmen hat die größte Shopping-Mall in Moskau fertiggestellt und entwickelt derzeit ein großes Immobilienprojekt für 100.000 Menschen, das dem Kurs präsentiert wurde. Daran schloss sich ein Besuch der international bekannten Rechtsanwaltskanzlei Baker & McKenzie an, um mehr über »Doing Business in Russia« zu erfahren.

Einer der Höhepunkte, neben Sightseeing und Kulturerleben, war der Besuch der Lomonossov-Universität – 40.000 Studierende und 1.000 Professoren, von Stalin nach dem 2. Weltkrieg geplant und gebaut. Deutschsprachige Lomonossov-Studierende haben von ihrem Hochschulalltag berichtet, und von der BSP hat der Student Leonard Kluck sein aktuelles Kindergartenprojekt präsentiert, welches im kommenden Jahr in Berlin gestartet werden soll.



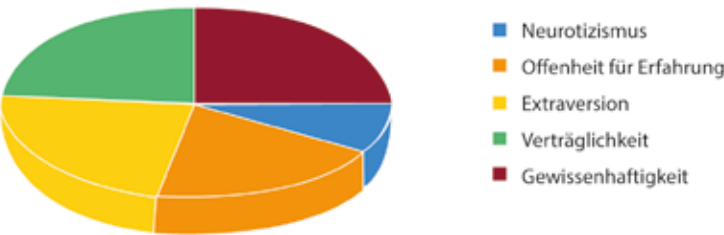
Sportpsychologie

Was macht einen Trainer zum Trainer?

Diese Frage war das zentrale Thema für die Sportpsychologie-Studierenden bei ihren Abschlussarbeiten im Kurs »Sportpsychologische Diagnostik«. Um diese Frage beantworten zu können, führte jeder Teilnehmer ein diagnostisches Gespräch mit einem hauptberuflichen Trainer durch, um dieses im Anschluss in einem diagnostischen Gutachten auszuwerten. Ein wesentlicher Bestandteil des Gutachtens war es, das Persönlichkeitsprofil der Trainer zu analysieren um anschließend hervorzuheben, in welcher Ausprägung sich die Persönlichkeit in dem Beruf des Trainers auslebt.

Zusätzlich zu dem diagnostischen Gespräch füllte jeder teilnehmende Trainer einen Persönlichkeitsinventar-Fragebogen (NEO-FFI) aus. Ziel dieser zusätzlichen Befragung war es, die Ergebnisse aller Fragebögen zusammenzuführen, um so die verschiedenen Persönlichkeitstypen der Trainer miteinander vergleichen zu können. Dies führte zu folgenden Ergebnissen:

NEO-FFI Persönlichkeitsdimensionen



Bei den befragten Trainern sind vor allem die Bereiche der Gewissenhaftigkeit (den aktiven Prozess der Planung, Organisation und Durchführung von Aufgaben), der Verträglichkeit (anderen Menschen mit Verständnis, Wohlwollen und Mitgefühl begegnen) sowie der Extraversion (gesellig, selbstsicher, aktiv, gesprächig, energisch, heiter und optimistisch sein; sich in Gruppen besonders wohlfühlen) sehr stark ausgeprägt.



Blick hinter die Kulissen von Sport-Events

Von Elisa Lierhaus und
Manuel Funk (MSP WS14)

Die Studierenden des Master Sportpsychologie-Kurses besuchten mit dem Dozenten Daniel Endres im Rahmen des Moduls »Medien und Kommunikation« die Mercedes-Benz Arena. Mit ALBA Berlin spielte am 1. Mai einer der erfolgreichsten Basketball-Klubs Deutschlands gegen das Überraschungsteam der Gießen 46ers. Während es für die beiden Mannschaften das letzte Spiel der regulären Saison war, bot uns das Spiel die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen eines solchen Sportevents zu werfen.

Durch den Presseingang erhielten wir Eintritt in die große Arena und fanden uns zu einer ersten Besprechung im Pressekonferenz-Raum ein. Hier tauschten wir uns darüber aus, welche Vorbereitungen im Rahmen eines großen sportlichen Events die wichtigsten sind, in welcher Form

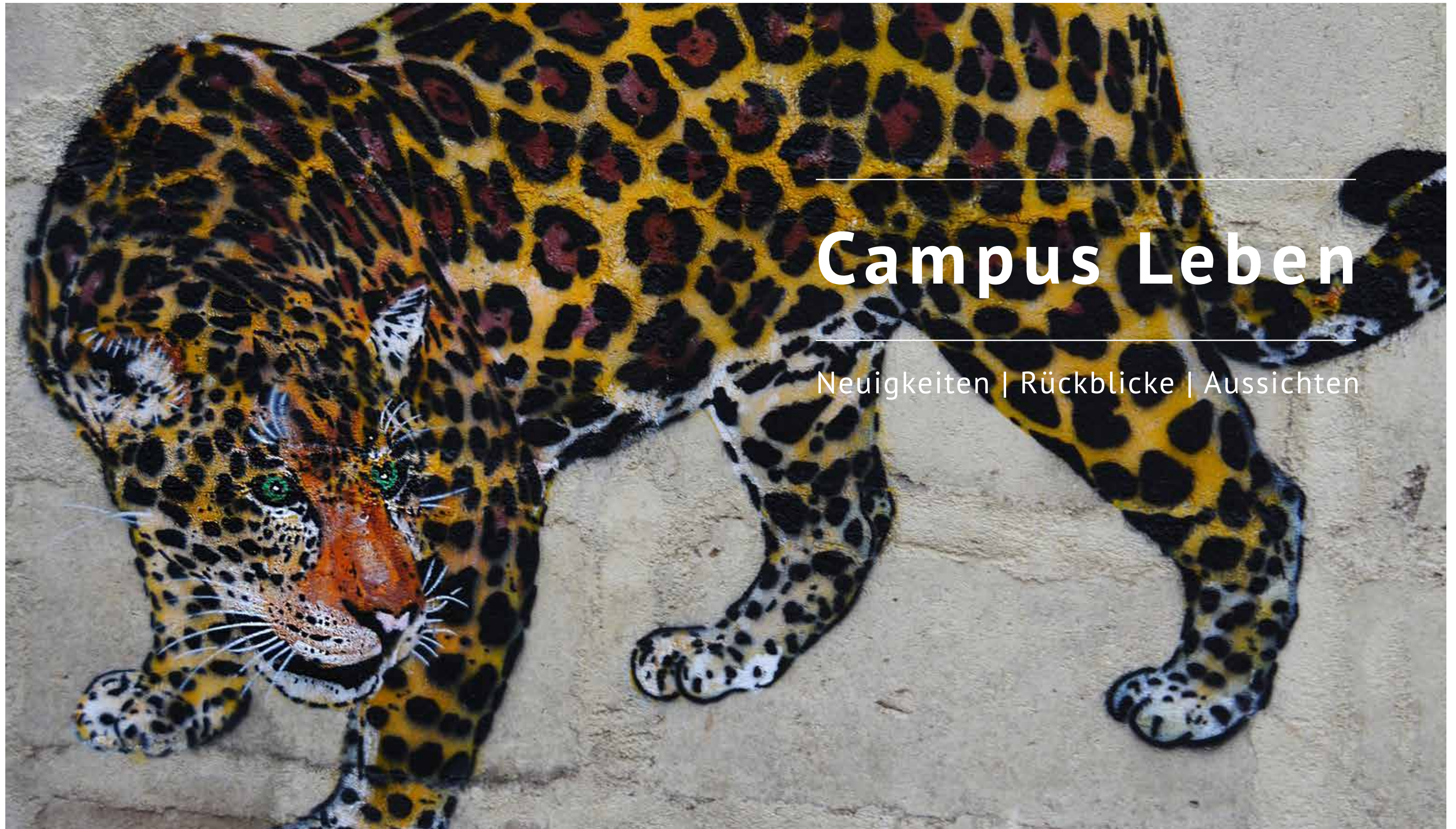
und über welche Kanäle der Verein sich an solch einem Tag vermarktet und wie die Kommunikation zwischen dem Verein, den Fans und wirtschaftlichen Unternehmen stattfindet.

Im Anschluss begaben wir uns auf das »Parkett«. Während auf dem 27 Tonnen schweren LED-Videowürfel der Alba-Einlauf-Teaser getestet wurde, schauten wir uns die Arbeitsplätze der verschiedenen Pressemitarbeiter aus Fernsehen, Radio, Social Media und Printmedien an. Neben der Presse nimmt insbesondere das Sponsoring an einem solchen Tag eine übergeordnete Rolle ein. Unternehmen zahlen viel Geld, um sich potentiellen Kunden auf den Klatschpappen oder über die zahlreichen on- und off-Kamera-Werbebanden präsentieren zu können. Hat der ganze Presse-, Medien- und Sponsoring-Rummel eigentlich während des Spiels

einen Einfluss auf Manager, Trainer oder Spieler? Von dieser Frage geleitet, verfolgten wir das dann startende Spiel.

Obwohl wir den Fokus an diesem Tag etwas weiter gestellt hatten, kam unsere Sportbegeisterung nicht zu kurz und auch aus sportpsychologischer Sicht hatte das Spiel, welches in der regulären Spielzeit keinen Sieger fand, einiges zu bieten.

Mit dem Besuch der Pressekonferenz, zu der sich die Head Coaches beider Mannschaften einfanden, um sich den Fragen der Press- und Medienvertreter zu stellen, ging ein lehrreicher und rundum gelungener Ausflug in die Welt der Sportberichterstattung zu Ende!



News aus dem International Office

Neue Hochschulkooperationen für die BSP

Im Zuge des Ausbaus ihres Netzwerkes an internationalen Kooperationshochschulen führte die BSP Gespräche über Kooperationen, um weitere Möglichkeiten für das Auslandssemester zu schaffen. Hierzu besuchte eine Vertreterin der renommierten University of California, Standorte Berkeley und Riverside, den BSP Campus Hamburg und informierte über das Study-Abroad-Programm. Auch in China ist ein interessanter Kooperationspartner gewonnen worden: mit der namenhaften Fudan University in Shanghai wird es in Kürze ein Abkommen geben. Die Fudan ist im QS Ranking of World Universities unter die besten 100 Universitäten weltweit und zur drittbesten Hochschule in China gewählt worden. Ab dem Wintersemester 2016/17 werden diese Optionen BSP-Studierenden als attraktive Destinationen für das Auslandssemester offenstehen.

Einen aktuellen Überblick über das stetig wachsende Netzwerk finden Sie unter → businessschool-berlin/career-center-international-office/hochschulkooperationen/

Bachelor- und Masterarbeit in Costa Rica

Die BSP Business School Berlin und die Costa Rican Chamber of Industries (CICR) haben eine Kooperation vereinbart. In Zukunft haben Studierende die Möglichkeit im Rahmen eines Praktikums bei der CICR ihre Bachelor- und Masterarbeiten in Costa Rica zu schreiben. Die Betreuung in Deutschland erfolgt über Prof. Dr. Andreas Braun, der zugleich Erstgutachter der Arbeiten sein wird. Die Betreuung in Costa Rica übernehmen Experten der CICR.

Weitere Partner sind das costaricanische Ministerium für Wissenschaft und Technologie, der ParqueTEC und die Trade Promotion Agency of Costa Rica (PROCO-MER). Das Themenfeld der Bachelor- und Masterarbeiten umfasst die Bereiche Innovation Management, Green Innovation, Innovation Audit und Case Studies (SMEs). Voraussetzung sind gute Englisch- und Spanisch-Kenntnisse.

Interessierte Studierende können sich ab sofort per Mail bei Prof. Dr. Andreas Braun (mit Motivationsschreiben, Lebenslauf und Forschungsthema) melden.

Kooperationen im Fokus: Universidad Mayor, Santiago de Chile (UMA) und Universidad Peruana de las Ciencias Aplicadas (UPC)

Die Universidad Mayor ist eine 1988 gegründete, private chilenische Universität, mit rund 15.000 Studierenden, die sich auf sechs Campusse verteilen. Der für Business und Management relevante Campus Manuel Montt befindet zentral in Santiago de Chile im Stadtteil Providencia. Die Universidad Mayor unterhält Austauschprogramme mit 47 Ländern und erhielt als einzige chilenische Universität eine amerikanische Akkreditierung (MSCHE). Insgesamt bietet sie 54 Undergraduate und 93 Graduate und Certificate Programme an. BSP-Studierende finden relevante Kurse in der School of Entrepreneurship and Business.

Die 1994 ins Leben gerufene Universidad Peruana de las Ciencias Aplicadas wurde kürzlich zur führenden Bildungsinstitution des Landes in Sachen Infrastruktur und Internationalität gekürt. An ihren vier Standorten studieren rund 14.000 Studierende in 41 Studiengängen, als einzige Universität in Peru erhielt sie eine institutionelle Akkreditierung einer amerikanischen Kommission (WASC). Interessante Programme in der School of Business sind Accounting and Administration, Administration and Finance, Administration and International Business und Sports Administration and Business.

Sowohl mit der UPC als auch mit der UMA unterhält die BSP ein Austauschabkommen, welches zwei Studierenden das Aussetzen der Studiengebühren im Auslandssemester ermöglicht. → Mehr Informationen im Trainex und im International Office.

PROMOS und ERASMUS+-Stipendien

Auch im laufenden Jahr vergibt die BSP PROMOS und ERASMUS+ -Stipendien. Gefördert werden Auslandsaufenthalte mit akademischem Hintergrund, mit ERASMUS+ können unter anderem Auslandssemester an mittlerweile elf Kooperationshochschulen in der Türkei, Litauen, Ungarn, Tschechien, den Niederlanden, Belgien, Frankreich und Malta studieren. Bei erfolgreicher Bewerbung winkt ein kostenloser Studienplatz im Ausland sowie ein länderspezifisches Stipendium von monatlich ca. 300-500€.

Interessierte Studierende achten auf die zentralen Ausschreibungen, welche jeweils im Mai und im November durch das International Office via Trainex erfolgen





Absolventen- verabschiedung

Zu Beginn des Sommersemesters 2016 verabschiedeten wir die erfolgreichen Absolventen der Bachelorstudiengänge WP SS 2013 und IBWL WS 2012 und des Masterstudiengangs MA BA SS2014. 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.





Karriere:
BSP-Absolventin ist bereits Consulting Director
 Von Aline Weber,
 Absolventin Kommunikationsmanagement (B.A.)

Zugegeben. Die frische Abiturientin, die ich 2008 war, wusste – außer, dass sie gerne etwas mit Kommunikation machen wollte – nicht zu 100 Prozent, was sie in ihrem Berufsleben erreichen wollte. Heute, acht Jahre später, weiß ich, mittlerweile Consulting Director in einer Werbeagentur, es wahrscheinlich noch immer nicht genau. Zumindest aber ist mir klar, dass mein Kommunikationsmanagement-Studium an der BSP ein perfekter Grundstein für meine berufliche Laufbahn ist. Nachdem mich praktische Module, meine KM8-Kommilitonen und Top-Professoren an der BSP drei Jahre auf die Praxis vorbereitet hatten, entschloss ich mich, für einen staatlichen Master in Management and Marketing an die Leuphana Universität Lüneburg zu gehen.

Das öffentliche Pendant zu den drei privaten Jahren am damaligen BSP-Standort Potsdam, ermöglichte es mir, mein bereits erworbenes Wissen noch theoretischer zu untermauern und durch ein Auslandssemester in Belgien mit internationalem Schwerpunkt auch meinen interkulturellen Interessen nachzugehen.

Nach meinem Masterabschluss und einer relativ kurzen, wenn auch nervenaufreibenden, Bewerbungsphase, landete ich schließlich bei Communicators, einer Werbeagentur in Hamburg. Angefangen als Junior Berater bin ich nun, anderthalb Jahre später, Consulting Director und damit Vorgesetzte eines ganzen Bereichs. Tagtäglich profitiere ich von den Grundlagen, die ich an der BSP erlernt habe und weiß daher, dass ich auch als etwas unschlüssige Abiturientin scheinbar schon ganz gute Entscheidungen treffen konnte.

Alumni



Geplante Startup-Gründung:
Der Master als Grundstein
 Von Stephan Matthias Schnurpfeil,
 Absolvent Internationale BWL (B.A.)

Start your legend. Das ist mein Motto. Während meines Bachelorstudiums habe ich umfangreiche Kenntnisse im Bereich BWL gewonnen. Der gesamte Kurs war weltweit unterwegs und hat während des Auslandssemesters sprachliche als auch interkulturelle Kompetenzen erlangt. Als USA-Fan war die Entscheidung für die California State University Los Angeles (CSULA) goldrichtig. Acht Monate bei sommerlichen Temperaturen lernen sowie Land und Leute kennenlernen, das kann ich jedem empfehlen. Nach dem erfolgreichen Bachelorabschluss wollte ich meine Praxiserfahrung weiter vertiefen.

Über das Modul »Investition und Finanzierung« kam ich an die Position Assistent der Geschäftsführung im Asset- und Immobilienmanagement. Hier kann ich mein volles BWL-Wissen anwenden, wenn es um Risikoanalysen, Prozessoptimierung und Portfolioankäufe geht. Im letzten Herbst startete ich dann meinen Master im Bereich Business Administration an der BSP und freue mich schon auf ein weiteres Quarter in den USA, diesmal vielleicht in New York. Aber warum wieder an der BSP studieren und warum muss es überhaupt ein Master sein?

Ich denke die BSP macht als »junge« Hochschule vieles anders und ist auf dem Bildungsmarkt in vielen Bereichen innovativ. Praxis und Theorie werden gut verbunden und speziell Gründungsinteressenten kommen hier zum Zug. Vom Modul »Startup-Workshop und Gründungsmanagement« hin zum Gründercampus und die Fokussierung auf Leadership und Management-Kompetenzen kann man hier viel mitnehmen. Viele andere Hochschulen setzten andere Schwerpunkte. Das ist auch gut, aber für mich steht mit meiner geplanten Startup-Gründung im FinTech-Bereich, zusammen mit einer Kommilitonin, ein gewisses praktisches Interesse im Vordergrund. Momentan arbeiten wir am Businessplan und der Marketingstrategie. Der Master bietet hier vertiefendes Wissen, auch zu meiner Bachelorarbeit über »Crowdfunding als Finanzierungsinstrument für junge Unternehmen«. Wer lieber in einem Konzern arbeiten möchte, der wird an der BSP ebenfalls gut auf das Leben im C-Level-Management vorbereitet. Und zurück zu meinem Motto: Jeder sollte überlegen, was die eigenen Ziele sind und wie man diese erfolgreich erreichen kann.



Bei Google in Irland:
Über Organisation und Menschen lernen
 Von Friederike Knipping,
 Absolventin Wirtschaftspsychologie (B.A.)

Nach meinem Bachelorabschluss in Wirtschaftspsychologie an der BSP wollte ich internationale Erfahrungen sammeln. Durch eine Freundin, die nach dem Abitur nach Irland ausgewandert ist und von der ich zuvor soviel Positives die grüne Insel gehört hatte, schaute ich nach internationalen Praktika in Irland. Ich bekam Zusagen von einer Recruiting-Agentur und von Google. Bei beiden Firmen konnte ich in Irland arbeiten, wobei ich die Hälfte der Woche bei der Recruiting-Agentur gearbeitet habe und den Rest bei Google. Ich wurde wie ein vollwertiges Teammitglied behandelt, durfte an allen Meetings teilnehmen, konnte mich einbringen und sogar die Chefs auf Europaebene haben sich Zeit für mich genommen. Ich arbeitete im Bereich »People Operations«, der die gesamte Human Resources Abteilung abdeckt. Dort habe ich Analysen für Unternehmen durchgeführt und strategisch gearbeitet. War in der Zeit bei Personalentwicklungsgesprächen von Mitarbeitern dabei, durfte bei Vorstellungsgesprächen dabei sein, und und und. Wer offen für Neues ist, viel lernen möchte im Bereich Organisation und Mensch bist du bei Google genau richtig! Nutzt die Chance und bewirbt euch bei Firmen im Ausland. Diese Erfahrung solltet ihr euch nicht entgehen lassen!

Future of Education

Seid achtsam!
Future of Education 2016 – Spannende Ideen rund um das Thema Achtsamkeit

Future of Education ist ein jährlicher Wettbewerb der BSP, der MSB und der MSH und unter Beteiligung weiterer Hochschulen zur Erarbeitung von kreativen Lösungen rund um das Thema Lernen und Lehren in der digitalen Welt. Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt. Es zählt nur das Ergebnis. Über 50 Studierende beteiligen sich in diesem Jahr an Future of Education.

Die Teams sollten sich diesmal unter dem Titel »Höher/Schneller/Weiter? Wie lerne und lehre ich Achtsamkeit?« damit auseinandersetzen, wie sich Lehre und Lernen den Anforderungen einer Effizienz-verliebten Welt anpassen muss, ohne das (Zwischen-)Menschliche zu verlieren. Wichtig waren wieder der interdisziplinäre Ansatz, Kreativität und Teamwork: die Studierenden sollten sich jenseits des regulären Curriculums mit Kommilitonen aus anderen Fachrichtungen und gemeinsam mit den Mentoren kritisch und kreativ mit dem Thema Achtsamkeit befassen.

Das Projekt begann mit einem ganztägigen Workshop im April an der MSH in Hamburg, danach folgte eine zweimonatige Entwicklungsphase in gemischten Teams unter Anleitung der Mentoren. Im Juni wurden dann die Ergebnisse in der Siemens Villa in Berlin vor größerem Publikum präsentiert. Die Jury, bestehend aus den Mentoren, bewertete die vorgelegten Präsentationen. Einer der Mentoren, Stefan Peter (Gründer des Forum for Meditation & Neuroscience) war sogar per Skype aus New York zugeschaltet, um sein Votum als Jury-Mitglied abzugeben.



Wir danken allen Beteiligten von Future of Education 2016 für die wertvolle gemeinsame Erfahrung. Unserer Geschäftsführerin Ilona Renken-Olthoff möchten wir danken für die sehr engagierte Unterstützung und für die Finanzierung des Formats Future of Education.



Die Mentoren und Jury-Mitglieder: **Julia Göhler**, Studiengangsleiterin Medizinpädagogik an der MSB Medical School Berlin; **Stefan Peter**, Gründer des Forums for Meditation & Neuroscience; **Kees Spijker**, Direktor New School Amsterdam, Kommunikationsexperte; **Gisbert Straden**, Change-Consultant und **Jost de Jager**, Strategieberater, Geschäftsführer DSKB

Ergebnis Gruppe 1: Balance-Concept
Achtsamkeit im Management: Wie können Manager über eine Art Achtsamkeits-Inspektion leistungsfähig bleiben und vor Burnout und ähnlichen Belastungen geschützt werden? **Die Lösung:** eine App mit dem Titel Observant Management Concept O.M.C.; Manager können über verschiedene Module von Streßtest über Achtsamkeitsschulung bis Gesundheitscheck ihren eigenen Status einschätzen. Ein Ampelsystem (rot/gelb/grün) gibt Ihnen dazu Orientierung. Rot heißt: Boxenstopp, Du musst etwas unternehmen!
Mentor: Gisbert Straden

Ergebnis Gruppe 2: Getting Started
Achtsamkeit an der Hochschule: Wie lässt sich Achtsamkeit in den Studienalltag integrieren? **Die Lösung:** Ein Baukasten aus verschiedenen Übungen mit dem Titel die 8 für 8samkeit; die Gruppe erarbeitete ein komplettes Modulsystem aus Einzel- und Gruppenübungen, um Achtsamkeit unkompliziert in den Studienalltag integrieren zu können. Basis ist eine positive Psychologie, die den Studierenden als Ganzes in seinem individuellen Leistungskontext sieht.
Mentorin: Julia Göhler

Ergebnis Gruppe 3: Newer School
Creating mindfulness in private schools: Wie lässt sich über Achtsamkeit besser auf verschiedene Lerntypen eingehen? **Die Lösung:** eine App mit dem Anspruch »Let Your Quality Grow!«; über verschiedene Stufen wird der persönliche Lerntyp ermittelt, ein individueller TimeTable erarbeitet und eine typenbezogene Interaktion mit anderen Kommilitonen hergestellt. Im Ergebnis entsteht so ein ausgeklügeltes Achtsamkeitssystem, das auf die Fähigkeiten und Talente des Einzelnen mehr Rücksicht nimmt.
Mentor: Kees Spijker

Ergebnis Gruppe 4: BeeAware
Achtsamkeit in der Personalentwicklung: Wie kann die berufliche Karriere mit Achtsamkeits-Skills hinterlegt und gefestigt werden? **Die Lösung:** ein Algorithmus, um aus technisch unterstützter Achtsamkeitsanalyse personalisierte Maßnahmen zu mehr Wohlbefinden und Leistungsfähigkeit abzuleiten; das ganzheitliche Analysesystem verknüpft physikalische Daten, Fitness- und Gesundheitsdaten, Daten zum Berufsalltag und weitere Daten zu einem individuellen digitalen Begleiter.
Mentor: Jost de Jager

Ergebnis Gruppe 5: Breeze
Achtsamkeit im öffentlichen Raum: Wie können wir Achtsamkeit im Alltag schaffen und deren schöpferische Kraft zur Problemlösung nutzen? **Die Lösung:** Achtsamkeit als festen Bestandteil in das eigene Leben integrieren und darüber ein ganz neues Bewusstsein für unsere Umwelt und für andere Menschen schaffen. Die Gruppe entwickelte in Zusammenarbeit mit der Foundation for Meditation an Neuroscience inkl. einer Vor-Ort-Recherche in New York City ein komplettes Übungssystem, um auch Einsteigern den Weg in mehr Achtsamkeit zu ermöglichen.
Mentor: Stefan Peter

Die Preisträger:
 In diesem Jahr fiel der Jury die Entscheidung besonders schwer. Alle Beiträge waren sehr hochwertig, exzellent durchdacht und gut präsentiert. Deshalb wurden statt der bisher üblichen Preise eins bis drei in diesem Jahr zwei Mal der erste Preis vergeben: an die beiden Gruppen BeeAware und Breeze. Beide Gruppen werden gemeinsam einen anspruchsvollen mehrtägigen Segeltörn absolvieren und sich dabei nochmal ganz anders dem Thema Achtsamkeit stellen.

Sport an der BSP

Cup der Privaten 2016

Von Tim Pöhland

Zum 13. Mal kämpften im April wieder 64 Teams aus ganz Europa um die begehrte Trophäe, den Cup der Privaten. Hochschulen aus ganz Europa nehmen jährlich an diesem dreitägigen Event in Berlin teil und treten gegeneinander im Hallenfußball an.

Auch unsere Teams der BSP und MSB sind dieses Jahr wieder einmal hochmotiviert an den Start gegangen. Am Ende sind wir die Sieger der Herzen geworden, es war wieder einmal ein einzigartiges Event, sowohl für die Spieler als auch für ihre Fans.

Studierende haben die Gelegenheit, sich zu vernetzen, und Alumni und Unternehmen sind beim Cup der Privaten auch vertreten. Ob zur Deutschen Bank, Red Bull, Jägermeister oder zu anderen Firmen, immer wieder werden Studierende durch das wachsende Netzwerk erfolgreich vermittelt.

Spieler und Fans trafen sich am Abend auf den Spielerpartys in angesagten Berliner Locations wieder. Ob im Spindler & Klatt, direkt am Wasser, im Puro, mit Blick über Berlin, oder schließlich bei der Siegerehrung in der Universal Hall, die Tanzflächen wurden von allen Teilnehmern Arm in Arm gerockt.

Am Morgen, beim ersten Anpfiff, lag die volle Konzentration dann aber wieder auf dem Fußball. Am Ende siegte die gute Teamleistung der Mannschaft aus Mannheim und der Titelverteidiger aus Istanbul musste sich geschlagen geben.

Auch dieses Jahr wurde im Rahmen des Turniers das Waisenhaus Sancta Maria unterstützt. Die Waisenkinder werden etwa jährlich dazu eingeladen einen unvergesslichen Tag vor Ort mitzuerleben.

Der Cup der Privaten erfreut sich stetig steigender Beliebtheit, sowohl bei Hochschulen als auch Unternehmen, und verzeichnet steigende Besucherzahlen – es waren rund 900 Spieler, 1.000 Fans und Hunderte Besucher dabei.

Wir sehen uns beim Cup der Privaten 2017!



Sportkurse an der Hochschule: Qi Gong und Yoga

In Zusammenarbeit mit dem StuRa-Sport werden Kurse in den Bereichen Achtsamkeits- und Meditationstraining sowie Yoga angeboten. Die Yoga-Kurse werden von Luisa Seftel geleitet. Die Qi Gong Kurse laufen unter dem Motto: »Anspannung ist, wer du zu sein meinst. Entspannung ist, wer du bist«. Ziel der Übungen ist, durch sanfte Bewegungen die Blutzirkulation anzuregen und die endokrine Drüsentätigkeit zu verstärken. 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.

Die Teilnehmerlisten liegen für die jeweiligen Kurse im Hochschulmanagement aus. Detaillierte Informationen zu den Kursangeboten: → <http://www.businessschool-berlin.de/campus-life/hochschulsport/sportangebot/>

News aus der Hochschulgruppe

+++ Soziales Engagement an der MSB Medical School Berlin +++

Im Rahmen des Moduls Netzwerkarbeit im Bachelorstudiengang Transdisziplinäre Frühförderung sammeln Studierende seit April diesen Jahres Praxiserfahrungen im Bereich der frühen Förderung von Flüchtlingskindern. Sie besuchen regelmäßig die Notunterkunft in Berlin Friedrichshagen und fördern Flüchtlingskinder beim Spielen, Singen, Malen und Gestalten. Gleichzeitig findet ein kultursensibler Austausch mit den Eltern der Kinder statt. Die Studierenden wurden theoretisch in die Arbeit mit Flüchtlingen eingeführt. Sie erhalten grundlegende Kenntnisse in den Bereichen »Kultursensitive Elternberatung« und »Förderung von Kindern mit Fluchterfahrung und Traumata«. Während des Praktikums werden die Studierenden durch kontinuierliche Reflektionsgespräche im Modul Netzwerkarbeit begleitet. Im Anschluss an das Projekt wird ein Projektbericht erstellt, um die Erfahrungen der Studierenden zu dokumentieren.

+++ Neue Hochschulkooperation der MSB Medical School Berlin mit der Gazi University in Ankara +++

Die MSB freut sich über die Aufnahme der ERASMUS+ Partnerschaft zur türkischen

Gazi University in Ankara. Diese große staatliche Universität ist in den Top 10 der nationalen Rankings von Universitäten vertreten. Sie hat ca. 64.000 Bachelor- und Masterstudenten und 21 Fakultäten. Für MSB Studierende ist die Kooperation im Bereich Pharmacy besonders vielversprechend. Jedes Jahr können zwei MSB Studierende über das ERASMUS+ Stipendium an der Gazi University studieren.

+++ Neues Forschungsprojekt der MSB Medical School Berlin: Eine internetbasierte psychologische Präventionsintervention für trauernde Geschwister +++

In Deutschland sterben jährlich ca. 20.000 Kinder und Jugendliche. Viele der verstorbenen Kinder hinterlassen ein oder mehrere Geschwister, welche direkt von dem Verlust betroffen sind. Geschwister, die einen Bruder oder eine Schwester verloren haben, werden häufig als die »vergessenen Trauernden« bezeichnet. Im Rahmen eines vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderten Projektes findet in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband für Verwaiste Eltern und trauernde Geschwister e.V. eine internetbasierte Präventionsintervention für trauernde Geschwister statt. Es soll ein niedrigschwelliges internetbasiertes psychologisches Angebot entwickelt und

evaluiert werden, welches sowohl die individuellen trauerbezogenen Aspekte als auch die systemischen Familienthemen in die Behandlung einbezieht. Rückfragen unter Prof. Dr. phil. Birgit Wagner, Professorin für Klinische Psychologie und Verhaltenstherapie: birgit.wagner@medicalschooll-berlin.de.

+++ MSH Medical School Hamburg erweitert ihren Hochschulcampus +++

Die MSH bleibt weiterhin auf Wachstumskurs in der Hafencity. Die Bachelor- und Masterstudiengänge der 2009 gegründeten Hochschule werden so intensiv nachgefragt, dass der Campus Am Kaiserkai 1 und Großer Grasbrook 15-17 erweitert wird. Der neue Campus »Family, Child and Social Work and Therapeutic Sciences« bietet Am Sandtorkai 37 auf 2.000 Quadratmetern zahlreiche Seminarräume, Computerräume sowie Gymnastik- und Bewegungsräume. Die mittlerweile etwa 2.000 Studierenden der MSH erhalten mit den großzügigen Räumlichkeiten weiterhin topmoderne Studienbedingungen und prägen die junge, dynamische und zukunftsorientierte Hamburger Hafencity entscheidend mit.

+++ Neue Studiengänge an der MSH Medical School Hamburg +++

Ab dem Wintersemester 2016/17 bietet die MSH den viersemestrigen Masterstudiengang Arbeits- und Organisationspsychologie (Master of Science) an der Fakultät Humanwissenschaften an. Die künftigen Absolventen arbeiten in den Bereichen Personalauswahl und Personalentwicklung, sie planen und führen Maßnahmen zur betrieblichen Weiterbildung durch, leiten Seminare für Führungskräfte, sind zuständig für den Arbeitsschutz und die betriebliche Gesundheitsförderung, sind in der Organisationsberatung und -entwicklung tätig und in Unternehmen wichtige Ansprechpartner für strategische Personalentscheidungen. Ebenfalls zum Wintersemester 2016/17 bietet die MSH den neuen berufsbegleitenden Masterstudiengang Gesundheits- und Pflegepädagogik an der Fakultät Gesundheit an. Der Masterstudiengang richtet sich an Bachelorabsolventen, die fachlich einschlägige Studienprogramme aus dem Bereich Therapie, Gesundheits-, Pflegewissenschaften oder Pflegepädagogik absolviert haben. Der Masterstudiengang qualifiziert u.a. für Lehr- und Leitungsaufgaben an Schulen für Gesundheitsfachberufe sowie für Tätigkeiten in der Fort- und Weiterbildung, in der Per-

sonal- und Organisationsentwicklung von Gesundheitsunternehmen, in Vereinen, Organisationen, Stiftungen, bei Krankenkassen oder in Behörden und Ministerien.

+++ Neue MSH Medical School Hamburg Ringvorlesung »Aktuelle Themen aus Wissenschaft und Praxis der Psychotherapie« +++

Mit der Ringvorlesung stellt die MSH eine Plattform bereit, auf der ausgewiesene und national renommierte Psychotherapieforscher, Psychotherapeuten und Psychiater den »State of the Art« und zentrale neue Entwicklungen in ihren Spezialgebieten vorstellen. Damit wird ein Rahmen geschaffen, in dem ein interdisziplinärer und therapieschulenübergreifender Austausch gepflegt wird. Den Auftakt der neuen Veranstaltungsreihe macht der Referent Dr. med. Eckard Roediger. Der Neurologe, Psychiater und Arzt für Psychotherapeutische Medizin beleuchtet in seinem Vortrag aktuelle Entwicklungen und Perspektiven in der Schematherapie.

+++ MSH Medical School Hamburg ist Mitglied im ECARTE-Konsortium +++

Das Department Kunst, Gesellschaft und Gesundheit der MSH wurde als vollwertiges ECARTE-Mitglied aufgenommen. ECARTE ist das europäische Konsortium

von Hochschulen, die Studiengänge für künstlerische Therapien anbieten. Es wurde 1991 gegründet und umfasst heute 32 Mitgliedsinstitutionen. Hauptziel von ECARTE ist die Entwicklung und Repräsentation europäischer Standards für Studiengänge künstlerischer Therapieformen, wie Kunsttherapie, Tanz-, Drama- und Musiktherapie. Diese Anerkennung ergänzt die vielfältigen Aktivitäten des Masterstudiengangs Intermediale Kunsttherapie und ist ein weiterer Beitrag zur internationalen Vernetzung der Studierenden und Absolventen.

+++ MSH Medical School Hamburg-Hochschulstipendium für Flüchtling +++

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 zum Wintersemester 2016/17 drei Stipendien wahlweise für ein Bachelor- oder Masterstudium. 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 gesamten Studiengebühren trägt die Hochschule.

WELCOME

Willkommen allen neuen Studierenden der BSP zum Wintersemester 2016/17

Zum Wintersemester 2016/17 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 Studierenden der BSP

- Donnerstag, 29. September 2016: Begrüßung durch die Hochschulleitung und den Studierendenrat, Besprechung mit den Studiengangsleitern, Kennenlernen im Kurs und Führung über den Campus
- Freitag, 30. September 2016: Einführung TraiNex und Bibliothek, Vorstellung der Einrichtungen und Ansprechpartner an der BSP wie Career Center oder abends Umtrunk in der Villa
- Sonntag, 2. Oktober 2016: Herbstball in der Orangerie Schloss Charlottenburg

Für Erstsemester: Mitarbeit im Studierendenrat von Anfang an

TIPP

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, oder das Kommunikations-Team, 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 Studiengangssprechern, 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 Semesterplaner

Wintersemester 2016/17

September 2016

03.09.2016
Offener Campustag

24.09.2016
Messe Stuzubi Berlin

19.09.2016
Berin Partner Konferenz

29.- 30.09.2016
Erstsemesterbegrüßung

Oktober 2016

02.10.2016
Absolventenverabschiedung
Herbstball

04.10.2016
Unterrichtsbeginn

28.10.2016
Ablauf der Frist für die Wahl der
Kurssprecher

November 2016

05.11.2016
Offener Campustag

11.-12.11.2016
Messe Einstieg Berlin

17.11.2016
GründerCampus

24.11.2016
Messe Master and More

Dezember 2016

08.12.2016
Weihnachtsevent
Meeting StuRa mit
Hochschulleitung und Dozenten

19.12.2016-06.01.2017
Weihnachtsferien

Januar 2017

14.01.2017
Offener Campustag

Februar 2017

24.02.2017
Wintercampus

25.02.2017
Offener Campustag

März 2017

27.02.-10.03.2017
Prüfungszeitraum

13.03.-31.03.2017
Prüfungszeitraum

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 hin-einwachsen 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

