



Business SCHOOL Berlin
Hochschule für Management

BSP Magazin
02 | 2017

TEAM SPIRIT

– wie wir gemeinsam mehr erreichen –

Forschung
Forschungsaktivitäten
und Publikationen

Highlights
aus den
Studiengängen

Campus-Leben
News und
Impressionen

Editorial

Liebe Studierende,
liebe Kollegen,
liebe Partner der BSP,



wir blicken auf ein erfolgreiches Studienjahr 2017 mit einigen Höhepunkten zurück. Wir sind mit viel Motivation in das neue Wintersemester gestartet und freuen uns sehr darüber, dass sich auch unsere neuen Erstsemesterstudierenden so engagiert an der BSP einbringen und echten Teamgeist beweisen.

Für uns ist es sehr wichtig, dass wir den Hochschulalltag auf unserem Campus gemeinschaftlich erleben und uns gegenseitig in der Lehre sowie auch darüber hinaus unterstützen und fördern. Wir sind besonders stolz darauf, dass unsere Studierenden stets zusammenhalten und legen großen Wert auf einen respektvollen Umgang untereinander. Diesen besonderen Team Spirit auf unserem Campus möchten wir Ihnen mit der aktuellen Ausgabe unseres Hochschulmagazins näherbringen.

Der Team Spirit unter unseren Studierenden beschränkt sich nicht auf die BSP, stattdessen erleben wir viele spannende, übergreifende Projekte in unserem Hochschulverbund. Einige von diesen möchten wir Ihnen auf den folgenden Seiten vorstellen. Gemeinsam entwickeln wir innovative Projektideen im Wettbewerb Future of Education, motivieren uns zum Weitergehen auf dem Jakobsweg oder feuern unsere Teams beim Cup der Privaten an. Für diese und weitere Projekte organisieren sich unsere Studierenden untereinander selbständig neben der Lehre und tragen dieses Gemeinschaftsgefühl über unseren Campus hinaus nach außen.

Gleichermaßen arbeiten unsere Studierenden regelmäßig in verschiedenen Modulen in Gruppen an Forschungsprojekten und erarbeiten gemeinsam Methoden des wissenschaftlichen Arbeitens. Die interdisziplinäre Forschung an der BSP ist durch eine hohe Anwendungsorientierung durch die Verbindung von Theorie und Praxis geprägt und zentraler Bestandteil des Selbstverständnisses unserer Hochschule. Beispielhaft dafür beschreiben Maria Binder und Viktoria Aschoff ein Forschungsprojekt aus ihrem Wirtschaftspsychologie-Studium und erörtern, welche Relevanz eine gute Teamarbeit für das Gelingen hat.

Traditionell möchten wir Ihnen in unserem Magazin abschließend von einigen Highlights aus unserem Hochschulalltag berichten. Hierfür liefern uns Studierende und Lehrende regelmäßig Einblicke in spannende Praxisprojekte, Gastvorträge oder Exkursionen, die wir gerne mit Ihnen teilen.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen unseres Hochschulmagazins und alles Gute für das Jahr 2018.

Mit herzlichen Grüßen

Ilona Renken-Olthoff
Geschäftsführerin der BSP Business School Berlin

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: Status- und Funktionsbezeichnungen gelten in diesem Dokument für alle Geschlechter.

businessschool-berlin.de

In 5 Schritten
zur Digitalisierung

38



Wo finden wir an der BSP Team Spirit?
In Projekten, der Lehre und Forschung
Nachzulesen in unserem Themenschwerpunkt



Themenschwerpunkt Team Spirit

- 8 **Gemeinsam stark in der Lehre und auf dem Campus**
Team Spirit an der BSP
- 14 **»Training Soft Skills« im Schloss Kröchlendorff**
Team Spirit in der Lehre
- 16 **Wandel als Prinzip. Wie lerne und lehre ich Innovationsfähigkeit?**
Team Spirit in der innovativen Projektarbeit: Future of Education 2017
- 18 **Einblick in die Arbeit als Sportpsychologische Beraterin bei ALBA Berlin**
Team Spirit in der Praxis
- 22 **Rückblick auf das Projekt Jakobsweg 2017**
Team Spirit in der Forschung

Forschung

- 32 **Im Team forschen – Ein Kompass zur Selbsterkennung**
- 36 **Innovation im Team: Rezeptbuch für den Digitalen Wandel**
- 38 **In fünf Schritten zur Digitalisierung**
- 38 **BSP als Träger der neuen Brandenburger Agentur für Kultur und Kreativwirtschaft**
- 40 **Forschungsticker**



#b.a.r.e.2nd
Modemarke der
BSP

56

Campus Leben an der BSP
Die neue Kollektion b.a.r.e.2nd sowie weitere
Einblicke in unseren Hochschulalltag

Campus Leben

- 46 Cup der Privaten 2017
- 50 Gemeinsam stark beim Berliner Halbmarathon 2017
- 52 Content Strategy Camp 2017
- 54 Summer School in Israel
- 56 #b.a.r.e.2nd
- 62 Highlights nach Studiengängen
- 74 Rückblick in Bildern
- 82 BSP-Terminplaner Wintersemester 2017/2018



TEAM SPIRIT

Zusammenhalt an der BSP

Gemeinsam stark in der Lehre und auf dem Campus

Team Spirit an der BSP

Flexibel, kommunikativ, teamfähig – diese Eigenschaften werden in nahezu jeder Stellenbeschreibung von Hochschul-Absolventen erwartet. Studierende sollten daher neben der theoretischen Lehre auch ihre Soft-Skills praktisch trainieren. An der BSP stehen unter anderem die Themen Arbeitsmarktrelevanz und unternehmerische Praxis im Fokus der Ausbildung und so wird in gleichem Maße die Entwicklung betriebswirtschaftlicher, wie kommunikativer, sozialer und verhaltenspsychologischer Kompetenzen gefördert.

Text: Lisa Schimmelpfennig

Teamfähigkeit, Team Player, Team Spirit – nicht nur im Karrierekontext ist die Begrifflichkeit des Teams zentraler Bestandteil der Kommunikation und vermeintlich unerlässlich. Der Duden definiert ein Team als »Gruppe von Personen, die gemeinsam an einer Aufgabe arbeiten«. Ein Team entsteht also, indem mehrere Menschen kollektiv auf ein gemeinsames Ziel hinarbeiten. Jedes Mitglied dieser Gemeinschaft hat dabei seine eigene Rolle, die den Erfolg der Gruppe fördert. Sowohl im privaten als auch im beruflichen Kontext stellt die Fähigkeit, sich effektiv mit dem eigenen Know-how in einer Gruppe einzuordnen und den Erfolg dieses Teams zu fördern, eine wichtige Schlüsselqualifikation der Menschen dar. Der positive Zusammenhalt und der motivierte Einsatz jedes Mitglieds fördern hierbei den Erfolg der gemeinschaftlichen Arbeit. Das Cobuild Advanced English Dictionary versteht unter dem Begriff Team Spirit »the feeling of pride and loyalty that exists among the members of a team and that makes them want their team to do well or to be the best«.

Im beruflichen Kontext wird das unterschiedliche Know-how aller Mitarbeitenden gezielt genutzt und im Idealfall zu einer produktiven Einheit verbunden. Durch das positive und motivierte Zusammenspiel verschiedener Aufgabengebiete, Fähigkeiten sowie Erfahrungen wird ein übergeordnetes Ziel kollektiv erfüllt und das Risiko einzelner Fehlentscheidungen sinkt. Das Studium bietet die optimale Möglichkeit, sich intensiv auf die berufliche Praxis vorzubereiten und die eigenen Soft-Skills zu trainieren. Neben der Lehre bietet sich hier der persönliche Einsatz z.B. im selbstorganisierten Studierendenrat an. Junge Menschen lernen hier, sich selbst zu präsentieren und mithilfe der eigenen Fähigkeiten den Erfolg eines Teams zu fördern sowie gruppenrelevante Ziele positiv voranzubringen.

Teamfähigkeit ist keine leicht anzueignende Eigenschaft. Manche Menschen sind sogar der Meinung, dass Persönlichkeitsmerkmale wie Teamorientierung gar nicht erlernbar sind. Demnach sind Menschen mit schwach ausgeprägter Teamfähigkeit zwar durchaus in der Lage, sich kurzfristig und in spezifischen Situationen in ein Gruppengefüge einzuordnen, sie werden aber tendenziell dauerhaft in einem stark teambezogenen Kontext nicht zufrieden sein und damit auch ihr Potenzial nicht effektiv ausschöpfen können.

Andere Stimmen wiederum vertreten die Ansicht, dass sich Teamfähigkeit gut einüben und trainieren lässt. Während eines Studiums stehen viele gemeinsame Projektarbeiten an, in denen Planung, Recherche und Präsentation gemeinsam bewältigt werden. In Vorbereitung auf den späteren Beruf können sich Studierende so in verschiedenen Rollen ausprobieren und auch Positionen einnehmen, in denen sie sich auf den ersten Blick weniger wohl fühlen – zum Beispiel in der Projektleitung. Diese Zusammenarbeit fördert die Selbstwahrnehmung und trainiert gleichzeitig die Kompromiss- und Konfliktfähigkeit, ohne, dass mit weitreichenden beruflichen Konsequenzen gerechnet werden muss. Für das Training von Teamorientierung in Hochschul-Projekten ist es ohnehin nicht konstitutiv, dass alle Studierenden geborene Team Player sind. Stattdessen bedarf es einer konstruktiven Verteilung der Aufgaben, die sich an den verschiedenen Typen der Mitglieder orientiert und jeweilige Fähigkeiten herausarbeitet und gezielt einsetzt.

Für eine gute und konstruktive Zusammenarbeit ist es wichtig, das gemeinschaftliche Ziel und einzelne Fortschritte in den Fokus zu stellen und sich nicht auf die eigene Selbstverwirklichung zu konzentrieren. Die Gruppe sollte sich darauf

fokussieren, das für die Zielerfüllung Geforderte optimal auf die einzelnen Mitglieder zu verteilen. So kann jeder Mensch seine persönlichen Fähigkeiten gezielt einbringen, das Gesamtergebnis voranbringen und auch für sich persönlich Erfolge verbuchen. Unverzichtbare Soft-Skills in der Zusammenarbeit, die die gemeinsame Interaktion und damit auch den Team Spirit fördern, sind vor allem Kommunikations- und

Konfliktfähigkeit, Kompromissbereitschaft, Strukturfähigkeit und Konfliktmanagement. Die gemeinsame Arbeit sollte gut organisiert und durch eine offene Kommunikation geprägt sein – regelmäßiges und konstruktives Feedback ist hier das A und O. Jedes Mitglied sollte sich stets der eigenen Rolle und Verantwortung innerhalb der Gruppe bewusst sein und den eigenen Anteil am Erfolg des Teams reflektieren.



Zusammenhalt an der BSP

An der BSP nimmt das Konzept des interdisziplinären, gemeinsamen Lernens und Arbeitens seit der Gründung unserer Hochschule im Jahr 2009 eine zentrale Funktion in der alltäglichen Arbeit ein. In unserem Leitbild heißt es unter anderem, »Mehr denn je definieren Führungskräfte Erfolg und Karriere über das Miteinander, über persönliche Lebensqualität und über Verantwortung für die soziale Umgebung. Dieses übergreifende Managementverständnis findet sich an der BSP fachlich in Ihrem Studium und atmosphärisch im Hochschulalltag wieder«.

Wir unterstützen unsere Studierenden in allen Belangen während ihrer Ausbildung und fördern die Entwicklung wichtiger sozialer, kommunikativer und psychologischer Kompetenzen, welche für einen unternehmerischen Erfolg konstitutiv sind. Menschen lernen am besten durch Selbsterfahrung. In der praktischen Arbeit vernetzen wir neue Erkenntnisse mit bereits vorhandenem Wissen. Das eigene aktive Handeln, die Rückmeldung daraus, das Feedback anderer Beteiligten sowie das Selbstreflektieren der entstandenen Emotionen, fördert unseren individuellen Lernprozess.

Die Arbeit im Team liefert dafür den geeigneten Rahmen. Neben der theoretischen Lehre machen daher auch ausgedehnte und herausfordernde Praxisphasen, Unternehmensplanspiele, Gründer-Workshops oder weitere ähnliche Projekte einen wesentlichen Bestandteil der Ausbildung unserer Studierenden aus. Diese lernen, sich innerhalb oder neben ihren Veranstaltungen selbst zu organisieren, ihre verschiedenen Talente einzubringen und zu koordinieren. Die Lehre an unserer Hochschule hilft dabei, den Teamgedanken in der Wirtschaft zu entdecken. Dort greifen dann Begriffe, wie »Kommunikation«, »Handel«, »Organisation« oder »Führung« – alles Kons-

trukte, die nur existieren können, indem Menschen gemeinsam interagieren. Die Lehre der BSP ist fokussiert auf diesen Bereich des wirtschaftlichen Miteinanders und fördert die Entwicklung unserer Studierenden hier gezielt durch die Arbeit in Kleingruppen. Im Bereich Wirtschaftspsychologie sind hier beispielsweise die Module »Sozialpsychologie«, »Training sozialer Kompetenzen«, »Coaching« oder »Teambuilding« vorrangig relevant und werden gleichzeitig besonders positiv von den Studierenden angenommen.



Aber auch neben der Lehre fördern wir an der BSP den Gemeinschaftssinn. Ein Studienjahr an unserer Hochschule besteht neben der praxisorientierten und interdisziplinären Lehre aus vielen kleineren und größeren Veranstaltungen und

Projekten, die das Gemeinschaftsgefühl unter den Studierenden und Lehrenden aktiv fördern. Von der Begrüßung der Erstsemesterstudierenden, an der das gesamte Kollegium teilnimmt, über unser Weihnachtsevent, den Herbstball, verschiedene Semesterpartys oder sportliche Höhepunkte, bis hin zur Absolventenverabschiedung in einer großen Zeremonie: Ein Studium an der BSP bedeutet weitaus mehr, als gemeinsam an Kursen teilzunehmen. Dieses Gemeinschaftsgefühl ist uns wichtig und wird von allen Beteiligten aktiv gelebt. Viele Studierende bleiben auch nach ihrem Abschluss in Kontakt mit der BSP und verfolgen das Geschehen an ihrer ehemaligen Hochschule. Diese Verbundenheit unserer Absolventen mit unserem Hochschulverbund macht uns sehr stolz, und um diese positive Entwicklung weiter zu fördern, wurde die Alumni Association ins Leben gerufen. Dieses Netzwerk der BSP, MSB und MSH verbindet Hochschulabsolventen, aktuelle Studierende, Unternehmen und Förderer miteinander und stärkt den Zusammenhalt und die Identifikation mit unseren Hochschulen über die Studienzeit hinaus. Dieses Netzwerk spiegelt das Gefühl der Zusammengehörigkeit unseres Hochschulverbunds ideal wider und ermöglicht es den Mitgliedern, durch fachübergreifendes Wissen, vielfältige Erfahrungen und Beziehungen in Bezug auf Forschung, Bildung, Innovation und Qualität einen authentischen Mehrwert zu bieten.

Wir bedanken uns für die inhaltliche Unterstützung von Prof. Dr. Charlotte von Bernstorff, Prof. Dr. Tilman Eckloff, Prof. Dr. Herbert Fitzek, Prof. Dr. Ina Kohl, Susan Hintering und Maiko Stöckmann.



Feedback-Checkliste

Um sich persönlich aber auch innerhalb eines Teams weiterentwickeln zu können, ist eine gute transparente Feedback-Kultur das A und O. Das gilt für Unternehmen, wie Hochschulen. Häufige und proaktive Rückmeldungen seitens aller Teammitglieder helfen dabei, sich stets zu verbessern, Probleme zu vermeiden und die Projektarbeit auf dem richtigen Pfad zu halten.

Eine aufmerksame und ehrliche Feedback-Kultur fördert also den Teamgeist und hilft einer Gruppe, sich effektiv auszutauschen und weiterzuentwickeln. Mithilfe von Tilman Eckloff, Professor für Wirtschaftspsychologie an der BSP, haben wir einige hilfreiche Tipps für konstruktives Feedback zusammengestellt:

-  Ruhig, aufmerksam konkret und sachgerecht bleiben.
-  Die Subjektivität der eigenen Perspektive herausstellen.
-  Eigene Motivation prüfen – Was möchte ich mit meinem Feedback erreichen?
-  Einander immer zuhören und ausreden lassen. Bei Unklarheiten direkt nachfragen.
-  Verhalten und Reaktionen gegenseitig beschreiben, nie bewerten.
-  Rechtfertigungen und Verteidigungen vermeiden.
-  Nur Dinge ansprechen, die dem Gegenüber nützen und die geändert werden können.

»Training Soft Skills« im Schloss Kröchlendorff

Team Spirit in der Lehre

»Niemand kann eine Sinfonie flöten. Es braucht ein Orchester, um sie zu spielen.« (Halford E. Luccock)

Text: Prof. Dr. Rainer Zeichhardt



Das BSP-Team »Training Soft Skills« 2017 vor dem Schloss Kröchlendorff

Funktionierende Teams sind für ökonomischen und sozialen Erfolg mehr denn je von besonderer Bedeutung. Vor allem in modernen agilen Organisationsformen arbeiten interdisziplinäre Spezialisten projektbasiert zusammen, um Ziele zu erreichen, deren Umsetzung nur gemeinsam möglich ist.

Teamfähigkeit ist ein wichtiger Teilbereich der sozialen Kompetenz, die an der BSP auf verschiedenen Ebenen gefordert und gefördert wird: Die Studierenden bearbeiten z. B. gemeinsame Projekte und Fallstudien in den Lehrveranstaltungen, sie engagieren sich in Gremien oder zeigen Teamgeist beim Hochschulsport wie dem Cup der Privaten.

Teamfähigkeit wird an der BSP aber auch explizit in speziellen Trainings und Coaching-Modulen entwickelt. Eine zentrale Veranstaltung ist dabei das »Training Soft Skills«, das traditionell als Exkursionsreise in das Schloss Kröchlendorff bei Prenzlau stattfindet.

Abgeschieden von den Einflüssen der Großstadt und in toller Location des historischen Schlosses in der Uckermark werden die Studierenden durch verschiedene Übungen und Szenarien in die Lage versetzt, komplexe Aufgaben im Team zu lösen. Die Lösungswege erfordern dabei eine Vielzahl weiterer wichtiger Schlüsselqualifikationen wie Selbstorganisation, Kreativität, ein »thinking outside the box«, Stress- und vor allem Kommunikationsfähigkeit.

Didaktischer Hintergrund ist das Konzept des Erfahrungslernens: Nach Durchführung der Übungen werden die Ergebnisse und Erlebnisse im Team anhand von Managementmodellen reflektiert und kritisch diskutiert, um auf Basis konstruktiven Feedbacks verschiedene Kompetenzen weiter zu erproben und zu entwickeln.

In dem mehrtägigen Training zeigt sich regelmäßig, dass Teamarbeit sehr anspruchsvoll ist: Um das volle Synergiepotenzial des Teams entfalten zu können, müssen die einzelnen Mitglieder bereit sein, ihre »Komfortzone« zu verlassen und Offenheit für neue gemeinsame Lösungswege zeigen. Auf dem Weg zu gemeinsamen Flow-Erlebnissen, einer tollen

Gruppendynamik und Spaß, geht es häufig auch darum, belastende Konflikte kooperativ zu lösen.

Einen besonderen Team Spirit entwickeln die Teilnehmenden des Trainings aber nicht nur in den Übungseinheiten, sondern allein durch die Teilnahme an der Exkursion an sich: Die gemeinsame komplexe Projektarbeit – oftmals bis spät in die Nacht hinein – und die intensiv erlebte gemeinsame Zeit stärken den Kurszusammenhalt, was sich immer auch auf die weitere Teamarbeit in den folgenden Semestern positiv auswirken kann. **Wenn alle ihre individuellen Stärken einbringen können, dann ist das Team mehr als die Summe der Einzelnen.**

Team Spirit in der innovativen Projektarbeit:
Future of Education 2017

Wandel als Prinzip. Wie lerne und lehre ich Innovationsfähigkeit?

Future of Education ist ein Wettbewerb, der seit Jahren fest im Semesterplan unseres Hochschulverbunds verankert ist. Studierende der BSP, MSB und MSH bilden jährlich hochschulübergreifende Teams, die gemeinsam Projekte entwickeln und innovative Lösungen rund um das Thema Lernen und Lehren in der digitalen und globalisierten Welt umsetzen. Teamarbeit und die Koordination der Zusammenarbeit der Studierenden an verschiedenen Standorten nehmen hierbei eine zentrale Funktion ein.

TEXT: Dr. Jenny Oltersdorf

Auch in diesem Jahr fand der Wettbewerb »Future of Education« statt, an dem sich rund 70 Studierende der BSP, der MSH und der MSB unter dem Thema »Wandel als Prinzip. Wie lerne und lehre ich Innovationsfähigkeit?« beteiligten. Ziel war es, sich damit auseinanderzusetzen, wie Lehren und Lernen zu Persönlichkeiten führt, die ihre Umgebung – die Organisation, für die sie arbeiten, das Unternehmen, für das sie sich beruflich engagieren – permanent mitgestalten und optimieren. Dies erfordert Innovationen, die dem Menschen gerecht werden und zu einem humanen Konzept von Führung 4.0 führen.

Vor diesem Hintergrund fanden sich die teilnehmenden Studierenden in Teams zusammen und setzten sich gemeinsam mit ihren Mentoren kritisch und kreativ mit den Themen Innovationsfähigkeit, Innovationsbereitschaft und struktureller Flexibilität auseinander. Mit dabei war auch wieder die New School Amsterdam.

Nach einer Auftaktveranstaltung im April in Hamburg und einer anschließenden achtwöchigen intensiven Zusammenarbeit mit ihren Mentoren, präsentierten die sieben teilnehmenden Teams im Juni ihre kreativen Projekte im Konzertsaal der Siemens Villa. Die Herangehensweisen der einzelnen Gruppen waren dabei ebenso unterschiedlich, wie die Themenschwerpunkte ihrer Arbeit.

Die Studierenden entwickelten u.a. Kursprogramme, welche die Kreativität des Menschen in den Fokus stellen und interdisziplinäre Lehrangebote mit einer Vielzahl frei kombinierbarer Module. Aber außerdem auch ein Programm aus kreativen Video-Tutorials sowie ein Würfelspiel, welches Kreativität, Kommunikation und innovatives Potenzial hierarchie- und ressortübergreifend aufdeckt und nutzbar macht.

Zum Siegerteam wurde von der Jury abschließend das Team »Planspiel für lebenslanges Lernen« gekürt. Gemeinsam mit ihrer Mentorin Dr. Pia Sue Helferich von der Hochschule Darmstadt konzipierte die Gruppe ein Planspiel, welches eingebettet in ein Online-Portal, die Möglichkeit bietet, Fähigkeiten und Wünsche in jedem Stadium der beruflichen Karriere optimal zu analysieren. Ausgehend von den individuellen Eigenschaften der Spieler werden im Spielverlauf durch konstruktives Feedback und Überprüfen der Selbstwahrnehmung die Stärken gezielt gefördert. In Teamarbeit wird so ein vertrauensvolles, faires Arbeitsklima hergestellt und zusätzlich wertvolle Erkenntnisse für die Arbeitspraxis gewonnen.

Auch im Jahr 2018 wird das Erfolgsformat weitergeführt. Seien Sie neugierig.



Startschuss Future of Education – Teamarbeit bei der Auftaktveranstaltung in Hamburg



Team Spirit in der Praxis

Einblick in die Arbeit als
Sportpsychologische Beraterin
bei ALBA Berlin

Renate Eichenberger ist Masterstudentin im Fach Sportpsychologie/Sportpsychologische Beratung und arbeitet seit Mai 2016 als sportpsychologische Beraterin bei der ersten Damen-Basketballmannschaft von ALBA Berlin. Wir haben mit ihr über ihre Arbeit mit den Spielerinnen und dem Trainer-Team gesprochen.

Gespräch: Lisa Schimmelpfennig

Teamsport – die erste Damen-
Basketballmannschaft mit
Trainerteam von ALBA Berlin.
Fotos: ALBA Fotograf Florian Ullbrich

Liebe Renate, bitte beschreibe Deine Arbeit bei der 1. Damen-Basketballteam von ALBA Berlin.

Ich bin für alle sportpsychologischen Belange des Teams zuständig. Das heißt, ich arbeite mit der ganzen Mannschaft (z. B. Teambildungsmaßnahmen) und tausche mich regelmäßig mit den einzelnen Spielerinnen aus – auch dann, wenn von außen alles in Ordnung scheint. Diese Beziehungsarbeit ermöglicht es mir, dass die Spielerinnen von sich aus meine Unterstützung anfordern, wenn bei ihnen etwas nicht läuft, wie gewünscht.

Meine Hauptaufgabe sehe ich aber in der Zusammenarbeit mit dem Trainer. Wir pflegen einen regelmäßigen Austausch über meine Beobachtungen in den Trainings, aber auch den Spielen.

Wie regelmäßig bist Du vor Ort und arbeitest persönlich mit dem Team aus Spielerinnen und Trainern zusammen? Wie koordinierst Du Deine Arbeit mit Deinem Masterstudium?

In der vergangenen Saison war ich mehrmals pro Woche beim Training vor Ort. Jeweils einmal wöchentlich hatte ich die Möglichkeit, mit den Spielerinnen als Team zu arbeiten – auf Wunsch mit oder ohne Trainer. Zudem war ich bei fast allen Spielen dabei.

Während der kommenden Saison werde ich – da ich das Team kenne und das Team mich kennt – sicher etwas weniger anwesend sein.

Eine solche Arbeit neben dem Studium zu bewältigen bedarf der Selbstorganisation und der Bereitschaft, auf andere Dinge wie einen Abend mit Freunden oder einen Kinobesuch zu verzichten. Wer dazu bereit ist, kann aber bereits sehr viel lernen und mitnehmen für die Zeit nach dem Studium.

Wie gelingt es Dir, das Team stetig zu motivieren und den Zusammenhalt der Gruppe zu stärken?

Es ist nicht meine Aufgabe, das Team stetig zu motivieren. Meine Aufgabe sehe ich darin, ein gutes Team zu formen und es in den Phasen des Teambildungsprozesses zu unterstützen. Die Motivation holen sich die Spielerinnen dann in ihrer Freude am Spiel und dem Zusammensein mit den Teamkolleginnen selbst.

Welche Teambildungsmaßnahmen hast Du als besonders effektiv empfunden?

Für mich gibt es nicht DIE Teambildungsmaßnahme. Ein Team ist nicht mit einer Maßnahme zu formen. Es ist die kontinuierliche Arbeit und die der Fähigkeit Bedarf zu erkennen, wann ein Input gut oder gar von Nöten ist.

Wie würdest Du persönlich den Begriff Team Spirit definieren?

Wenn es jedem einzelnen Mitglied gelingt, das Optimum aus sich heraus zu holen und sich das dann im Zusammenspiel des Teams positiv zeigt.

Hierzu muss jedes Teammitglied seinen Platz haben. Jede bringt Irgendetwas mit und kann es ins Team einbringen und gleichzeitig braucht jedes Mitglied Unterstützung von den anderen. Ist das allen bewusst, steigt die Akzeptanz und das Vertrauen, was Grundlage für die Bestleistung ist.

BSP Kooperation mit ALBA Berlin Jugend

Um den Studierenden des Masterstudiengangs Sportpsychologie eine noch stärkere Einbindung in die Praxis bereits während des Studiums zu ermöglichen, haben der Basketball-Hauptstadtverein ALBA BERLIN Jugend und die BSP – vertreten durch den Studiengangsleiter Prof. Dr. Andreas M. Marlovits – eine langfristige Kooperationsvereinbarung getroffen.

Studierende der Sportpsychologie erhalten die Chance, sich direkt in die vorbildliche Nachwuchsarbeit des ALBA BERLIN Basketballteams einzubringen.



Quelle: ALBA Fotograf Florian Ullbrich

Was hast Du im vergangenen Jahr als größte Herausforderung während Deiner Arbeit empfunden?

Herausforderungen gehören zu meinem Job. Eine der größten Herausforderungen und zugleich mein Anspruch ist es, dann da zu sein, wenn ich gebraucht werde und mich, wenn alles gut läuft, im Hintergrund zu halten.

Welche Erfolgsmomente Deiner Arbeit machen Dich besonders stolz?

Die Zielsetzung war vor einem Jahr »Ligaerhalt«. Deshalb bin ich stolz, dass wir es letzte Saison geschafft haben, die 1. Regionalliga auf Platz 2 zu beenden.

Wie würdest Du Dein persönliches Zwischenfazit nach knapp 1,5 Jahren bei ALBA ziehen?

Ich würde es jederzeit wieder tun. Die Arbeit mit der 1. Damen-Basketballmannschaft war ein toller Einstieg in meine sportpsychologische Arbeit – mein Dank gilt an dieser Stelle Herrn Prof. Dr. Andreas Marlovits, der mir diese Arbeit beim Kooperationspartner der BSP ermöglicht hat.

Vielen Dank für das Gespräch.

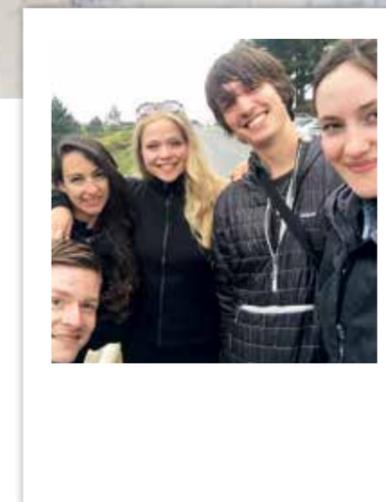
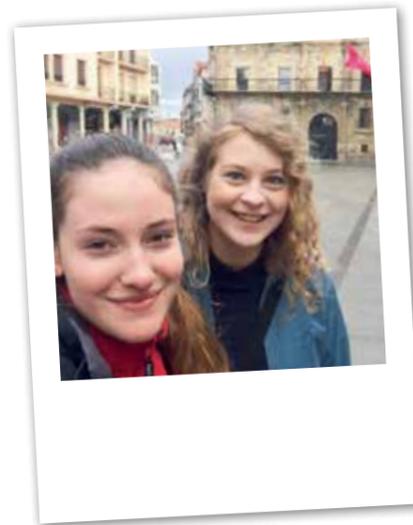


Quelle: ALBA Fotograf Florian Ullbrich



Rückblick auf das Projekt »Jakobsweg 2017«

Team Spirit in der Forschung



Studierende der BSP, MSB und MSH auf Forschungsreise – das Projekt »Jakobsweg«

Pilgernde Forschung und forschendes Pilgern Das Jakobsweg-Projekt 2017

Eine neue Herausforderung gemeinsam zu meistern, fördert den Zusammenhalt in einer Gruppe immens. Gleichzeitig trägt die gegenseitige Unterstützung und stetige Motivation der einzelnen Mitglieder maßgeblich zum Erfolg eines Projekts bei. Bei der Erwanderung des Jakobswegs handelt es sich um eine psychisch wie physisch äußerst anspruchsvolle Aufgabe, der sich jährlich auch Studierende und Lehrende unseres Hochschulverbunds stellen. Diese hat sich in den vergangenen Jahren zu einem kleinen, aber feinen Forschungshub für den Jakobsweg entwickelt. Das liegt nicht zuletzt an den motivierten, engagierten und ideenreichen Studierenden, die den Pilgerweg forschend erwandern bzw. wandernd erforschen. Im April 2017 hat sich erneut eine Gruppe auf dem Weg nach Santiago de Compostela gemacht.

Die Bilanz nach zwei Jahren Jakobsweg-Projekt kann sich sehen lassen: Mehr als 1500 verteilte Fragebögen, weit über 50 Interviews mit Pilgern und Herbergseltern zu den unterschiedlichen Themen und in den verschiedensten Fachrichtungen. Inzwischen ist in unserem Hochschulverbund aus MSB, BSP und MSH ein kleiner, aber feiner Forschungsschwerpunkt entstanden, der die interdisziplinäre Forschung zum Jakobsweg bündelt und die Forschungsleistung der Studierenden in den Vordergrund stellt.

All das wäre nicht möglich ohne die Motivation und das Engagement der Studierenden, die 2016 und 2017 den Jakobsweg forschend erwanderten bzw. wandernd erforschten. Der Weg ist an sich eine Herausforderung – auch ohne eine Forschungsfrage im Kopf und Fragebögen im Gepäck. Sich nach 30 gelaufenen Kilometern noch einmal aufzuraffen, um ein zweistündiges Interview zu führen oder Fragebögen zu verteilen, verdient Respekt und Anerkennung. Auch im kom-

menden Jahr werden sich die teilnehmenden Studierenden sicher wieder ähnlich motiviert und ausdauernd der Herausforderung Jakobsweg stellen diesen pilgernd erforschen. Wir werden das Projekt weiterhin begleiten und Interessierte in unserem Magazin sowie auf unserer Website auf dem Laufenden halten.

Fazit von Prof. Dr. Andreas Braun, der das Projekt seit Beginn leitet:

Was für mich nach jedem Projekt bleibt, sind – neben dem wissenschaftlichen In- und Output – die Erinnerungen an schöne Momente, an intensive Gespräche und das respektvolle Miteinander auf dem Weg: Da ist zum Beispiel das Erlebnis mit Studentin M., die fünf Meter vor mir durch den Schnee Richtung O Cebreiro stapft, sich plötzlich umdreht und freudestrahlend verkündet: »Hier mit dabei zu sein, war die beste Entscheidung!« Es ist die Geschichte mit Student K., der – gegen alle Empfehlungen – seine Turnschuhe erst eine Woche vor der Abreise kaufte. Ergebnis: null Blasen. Student C. machte dagegen alles richtig, kaufte rechtzeitig seine Ausrüstung und lief seine Wanderschuhe zwei Monate ein. Ergebnis: 15 Blasen. Oder da ist der unbedingte Wille von Studentin Y., die trotz Knieproblemen alle Angebote ausschlägt, die letzten vier Kilometer mit dem Begleitfahrzeug mitzukommen und müde, aber überglücklich in Santiago einlief. In Erinnerung bleiben mir auch die vielen Tränen von Studentin L. auf dem Rückflug nach Berlin: Sie sei traurig, weil das Projekt zu Ende gehe.

Das Team von 2017 mit ihrer »Compostela«, der Pilgerurkunde und sichtlicher Freude.



Sophie Stiehl, Bachelorstudentin Internationale Betriebswirtschaft an der BSP, zeigt stolz ihre Pilgerurkunde.



Sophie Stiehl (21) studiert im dritten Semester Internationale Betriebswirtschaft an der BSP und hat sich im April gemeinsam mit den anderen Pilgern auf das Projekt Jakobsweg eingelassen. Für uns zieht sie einige Zeit nach ihrer Rückkehr nach Berlin ein persönliches Fazit.

Gespräch: Lisa Schimmelpfennig

Liebe Sophie, danke, dass Du Deine Eindrücke mit uns teilst. Würdest Du Dich nochmal auf die Herausforderung Jakobsweg einlassen?

Ja, definitiv! Der Jakobsweg hat einen Suchtfaktor. Ich bin vielen Pilgerinnen und Pilgern begegnet, die sich immer wieder auf den Weg machen, und auch mich zieht es wieder dorthin. Nächstes Mal würde ich aber wahrscheinlich einen anderen und längeren Weg gehen und mir mehr Zeit dafür nehmen.

Wie hast Du das Gemeinschaftsgefühl der Gruppe während der Reise empfunden? Hat Dich die Gruppe verstärkt zum Weitermachen motiviert?

Ich habe das Gemeinschaftsgefühl als sehr ausgeprägt, fürsorglich, liebevoll und doch freiheitseinräumend empfunden. Wer Abstand und Ruhe brauchte, wurde respektiert und konnte für sich sein. Aber auch wenn jemand Hilfe und Nähe suchte, bekam er oder sie diese sofort. Beispielsweise lief einmal etwas in meinem Rucksack aus und sofort übernahmen alle ungefragt eine unterstützende Aufgabe. Das starke Gemeinschaftsgefühl der Gruppe ist der Grund, warum ich

es überhaupt bis zum Ziel schaffte. Manche Strecken bin ich ganz alleine gelaufen, was auch wichtig ist, um in sich zu gehen und zu reflektieren. Doch oft lief ich mit jemandem zusammen oder in einer kleinen Gruppe. Der Weg war physisch anspruchsvoll und ohne Begleitung wäre ich wohl manchmal einfach stehen geblieben. Einmal setzte ich mich mit dem Wissen hin, dass ich so bald nicht wieder aufstehen würde. Einen Moment später kamen zwei Gruppenmitglieder und hakten sich rechts und links bei mir ein. Wir liefen bis zum nächsten Café und stärkten uns beim Mittagessen.

Würdest Du anderen Interessierten raten, den Weg allein oder in der Gruppe zu bewältigen?

Obwohl ich nur eine Option persönlich erfahren habe, bin ich mir sicher, dass beide Möglichkeiten sehr bereichernd sind. Es kommt vermutlich auf die Person und deren Ziel an, welche Option besser ist. Ich persönlich fand es perfekt, als Gruppe gemeinsam unterwegs zu sein und morgens zusammen zu starten, aber nicht zwangsläufig zusammen zu laufen. So konnten alle ihr eigenes Tempo bestimmen, wussten aber, dass eine herzliche Gruppe am Ziel wartet. Genau diese Kombination würde ich anderen Interessierten raten.

Was hast Du als größte Herausforderung empfunden?

Die Wegstrecke habe ich schon als anspruchsvoll empfunden. Insbesondere die 30 Kilometer langen Strecken bergauf bei praller Sonne waren anstrengend. Eine weitere Herausforderung für mich war es, mich als Pilgerin voll auf den Jakobsweg einzulassen und dabei nicht zu vergessen, dass ich auch als Forscherin unterwegs bin.

Was ist Dein persönliches Fazit nach dem Projekt Jakobsweg?

Das Projekt Jakobsweg hat aus einer Gruppe sich vorher recht fremder Menschen eine enge Gruppe geschmiedet. Ein Spitzname der Gruppe ist »Familie Jakob«. Doch nicht nur innerhalb unserer Gruppe herrschte ein ausgeprägtes Gemeinschaftsgefühl, sondern auch mit anderen, fremden Pilgern. Generell haben wir jeden Tag neue Leute kennengelernt, sind aber auch bekannten Gesichtern immer wieder begegnet. Es ist möglich, den ganzen Tag für sich alleine zu sein oder eben den Weg mit jemandem gemeinsam zu gehen. Alles ist möglich. Auffallend bei neuen Begegnungen ist, wie offen und vertraut alle miteinander umgehen. Keiner von uns hatte ein Zuviel an Materiellem dabei, und doch war jeder unglaublich großzügig. Als ein Gruppenmitglied bestimmte Schuhe brauchte, wurden ihr genau diese angeboten, obwohl die vorherige Eigentümerin sie eigentlich brauchte.

Wir sind jetzt seit ein paar Monaten zurück vom Camino und natürlich auch schon wieder im Alltag angekommen. Die Reise auf dem Jakobsweg hat aber noch immer Wirkung auf mich. Auf dem Jakobsweg fühlte ich mich sorgenfrei und diese Gelassenheit möchte ich in meinen Alltag mitnehmen. Ich kann jedem wirklich empfehlen, am Projekt Jakobsweg 2018 teilzunehmen.

Herzlichen Dank für Deine Zeit.



Eindrücke der anderen Teilnehmenden

» Eine der Besonderheiten waren wunderbare Gespräche in der Gruppe, mit Einzelnen oder sogar völlig Fremden. Selbst das gemeinsame Schweigen und den eigenen Gedanken nachhängen hat für mich eine neue Bedeutung bekommen.« (Lina Krämer, BSP)

» Wenn Du nicht mehr laufen kannst und alles schmerzt, kannst Du Dich auf eine kreative Lösung deiner Mitpilgerinnen und Mitpilger verlassen.« (Franziska Roßig, BSP)

» Natürlich ist es möglich, an der BSP einfach nur zu studieren und seinen Abschluss zu machen, aber glücklicherweise gibt es viele kleine und größere Aktivitäten, wie das Jakobsweg-Projekt, in denen sich Leute anderer Kurse oder Lehrende mal von einer anderen Seite kennenlernen können. Das trägt eindeutig mit dazu bei, dass ich mich mit der BSP identifizieren kann.« (Thore Fischer, BSP Campus Hamburg)

» Nach dem Jakobsweg kann ich sagen, dass ich eine neue Definition von Glück und relevanten Dingen im Leben habe. Damit hätte ich zu Beginn der Reise nicht gerechnet, aber ich sehe nun viele Situationen gelassener. Es war einfach die tollste Erfahrung, die ich machen konnte!« (Lara Limbach, MSH)

» Den Weg sind wir gemeinsam gegangen, haben gemeinsam gelitten, gemeinsam gelacht, gemeinsam gesungen und gemeinsam gelebt. Auch wenn jeder seinen eigenen Weg nach Santiago gefunden hat, war es doch die beste Motivation zu wissen, dass Du nicht alleine bist.« (Martin Stopfkuchen, BSP)

» Aus dem Jakobsweg-Projekt nehme ich insbesondere großartige Sonnenaufgänge, intensiven Kontakt zu Studierenden sowie Erinnerungen an die schönen Abende und Begegnungen auf dem Weg mit. Die Herausforderung ist jedoch, die vielen Selbsterkenntnisse, entdeckten Lebensziele und neuen Gedanken mit in seinen Alltag zu transferieren.« (Janis Warncke, Lehrbeauftragter an der BSP)

A close-up photograph of a woman with dark hair pulled back and striking blue eyes. She is looking directly at the camera, with her hands holding up the white, textured, knitted collar of a sweater to partially obscure her face. The background is a blurred wall with a grid-like pattern.

FORSCHUNG

Neues aus der BSP-Forschung



Die beiden Studierenden Viktoria Aschoff (links) und Maria Binder (rechts) erforschen gemeinsam mit ihrem Team das Thema digitale Gesundheit am Beispiel des Produkts Gesundheitsarmband.

Im Team forschen – ein Kompass zur Selbsterkennung

Gesundheit gilt heutzutage mehr denn je als Schlüsselressource der Zukunft. Im digitalen Zeitalter wundert es nicht, dass unzählige neue Technikwunder auf den Markt kommen, die versuchen, das Thema eHealth vollends auszuschöpfen. Zu diesem aktuellen Trend haben wir im Modul Qualitative Methoden in den vergangenen zehn Monaten eine Studie zum Thema Gesundheitstracking durchgeführt. Die bislang hierzu erarbeiteten Ergebnisse werden im Ende 2017 in Form einer wissenschaftlichen Hausarbeit ausformuliert.

TEXT: Viktoria Aschoff und Maria Binder, 5. Semester Wirtschaftspsychologie (B.A.)

Zum Studium der Wirtschaftspsychologie an der BSP gehört im Wesentlichen eine ausführliche methodische Ausbildung innerhalb der qualitativen Forschung. Im dritten Semester finden sich die Studierenden in Arbeitsgruppen zusammen und wählen einen Forschungsgegenstand, an dem sie ihr methodisches Wissen erstmalig vollständig in die Praxis umsetzen. Die gewählten Forschungsschwerpunkte in unserem Kurs wurden unter der Leitung von Susan Hinterding sehr differenziert gewählt und betreffen neben dem Lieferdienst foodora oder der Bloggerin Caro Daur auch das Thema Rumtrinken. Unsere Arbeitsgemeinschaft setzte sich mit dem Trendprodukt Gesundheitsarmband auseinander.

Laut einer Studie der GfK.com setzt jeder vierte Mensch in Deutschland, der regelmäßig das Internet nutzt, mittlerwei-

le auf Gesundheits-Apps oder Fitnesstracker. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland damit auf dem vierten Platz. Über die Hälfte der weltweiten Nutzer gibt als wichtigsten Grund die digitale Überwachung ihrer Gesundheit oder ihrer Fitness an. »Sich selbst zum Sport treiben zu motivieren« und »die eigene Leistungsfähigkeit zu verbessern, gesund zu essen und zu trinken sowie besser zu schlafen«, werden auf Platz zwei und drei als Verwendungsgrund genannt.

Schnell wird deutlich, dass es sich bei digitaler Gesundheit um einen Trend handelt, welcher nicht nur hochaktuell ist, sondern auch in Zukunft einen großen Einfluss auf das Verhalten der Konsumierenden, aber auch auf gesellschaftliche und politische Entwicklungen haben wird. Bei genauerer Betrachtung stellte sich uns jedoch nun die Frage, ob die oben



Viktoria Aschoff (rechts) und Maria Binder (links) aus dem 5. Semester Wirtschaftspsychologie an der BSP.

aufgeführten Verwendungsgründe ein hinreichendes, umfassendes Verständnis davon vermitteln können, wieso Produkte wie Apps und Armbänder zur digitalen Messung der eigenen gesundheitlichen Fitness so erfolgreich sind und so große Umsätze erzielen können.

Um dem nachzugehen und über den aktuellen Forschungsstand hinaus einen anderen, neuen Blick auf den konkreten Nutzen derartiger Geräte im Alltag zu werfen, befassten wir uns im Rahmen einer morphologischen Studie mit der psychologischen Bedeutung der Verwendung von Gesundheitsarmbändern in der Gegenwartskultur.

Ebenso wie in den bereits vorhandenen Forschungsarbeiten beschrieben, werden gesundes Leben, Leistungssteigerung und Motivation zu Beginn der Interviews zur Sprache gebracht. Bei einer tiefergehenden Befragung konnten wir über diese als erstes erzählten Beweggründe hinaus einen spannenden weiteren Aspekt erkennen:

Das Vermessen der eigenen Person umfasst nicht nur die digitale Erfassung von körperlichen Daten wie Puls, Blutdruck oder Bewegung. Um tatsächlich zu verstehen, was der

Mensch von diesen Daten hat, ist es notwendig sich den dazugehörigen Kontext anzuschauen.

So zeigte sich in den Interviews, dass Gesundheitsarmbänder vor allem in Lebenssituationen gekauft werden, in denen sich die Befragten in einer Umbruchphase befinden, sich alleine fühlen oder sich neu verorten möchten. Wie ein Kompass dient das Armband also als eine Art Orientierungshilfe.

Bezogen auf die ursprüngliche Frage, wieso so viele Menschen diese Armbänder tagtäglich am Handgelenk tragen, geht es demnach vorrangig nicht um die Selbstoptimierung und die Kontrolle darüber, die eigene Gesundheit und sportliche Leistung zu verbessern, sondern vielmehr darum, sich selbst besser kennenzulernen.

In einer Kultur, in der der Mensch alles sein kann und will, fällt es immer schwerer sich selbst zu definieren. Über die Informationen des Armbands versuchen wir unser Selbstbild zu entwickeln, um so wieder unseren Platz in der Welt zu finden.

Diese neue Sichtweise auf die Bedeutung von Gesundheitstrackern für die Menschen im Alltag bietet in Anbetracht der im-

Team Spirit – gemeinsam durchs Studium

Erfahrungsbericht von zwei Studierenden der BSP: Über den Mehrwert, nicht allein arbeiten zu müssen

TEXT: Viktoria Aschoff und Maria Binder (Bachelor Wirtschaftspychologie an der BSP)

Leidenschaft für die Sache ist nicht nur für jeden einzelnen Menschen wichtig, sondern bestimmt auch die Arbeit im Team. Zu wissen, wie viel der oder dem Anderen an der Sache liegt, erleichtert es uns, ein Lob auch bei Kleinigkeiten nicht zu vergessen.

Von Beginn an zieht sich eine ehrliche und konstruktive Kommunikation durch unsere gemeinsame Arbeit. Keine Teilaufgabe bearbeiten wir allein, jedoch hat jeweils ein Teammitglied von uns je nach den eigenen Stärken und Schwächen den Hut auf und das letzte Wort. So teilen wir unsere Ressourcen ideal ein und lernen voneinander.

Vor allem in der qualitativen Forschung, aber auch auf persönlicher Ebene, profitieren wir vom Mehrwert unserer Art der Zusammenarbeit.

Aus Team Spirit wurde Freundschaft.

mer weiter steigenden Relevanz der eHealth Branche ein derart großes Potenzial, dass an dieser Stelle nicht Halt gemacht werden sollte.

Deshalb wird die Studie von uns weitergeführt, um in Form einer wissenschaftlichen Publikation künftig auch der Öffentlichkeit zugänglich gemacht zu werden. Auf diese Weise möchten wir einen Beitrag zur Weiterentwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen leisten.

» Man nehme ... Rezeptbuch für den Digitalen Wandel«

BSP veröffentlicht ein Kochbuch der besonderen Art

TEXT: Prof. Dr. Thomas Thiessen

Die Schlagworte »Digitaler Wandel« und »4.0« sind in aller Munde. Auch viele kleine und mittelständische Unternehmer fragen sich: »Wie kann ich die Chancen der Digitalisierung nutzen? Wie muss ich mein Unternehmen verändern? Wer hilft mir bei der Umsetzung?« Daraus wiederum resultieren viele Detailfragen bis hinein in die Mikroprozesse des Unternehmens. Es gibt auf diese Fragen keine pauschalen Antworten. Der Prozess der Digitalisierung gestaltet sich für jedes Unternehmen hochgradig individuell. Für die Unternehmer ist es deshalb oft schwer zu überblicken, welche der digitalen Möglichkeiten für die Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit des eigenen Betriebs relevant sind. Und welche ersten oder nächsten Schritte sie gehen sollen. Gerade wenn die Auftragsbücher voll sind und das Tagesgeschäft kaum Zeit lässt, sich mit Innovationen zu befassen, wird das Thema Digitalisierung eher nachgeordnet behandelt. Gleichwohl gibt es einige Grundregeln und methodische Ansätze, die dabei helfen, das große Thema in kleine Einheiten zu unterteilen und strukturiert anzugehen. Aber diese Regeln und Methoden werden häufig viel zu abstrakt und viel zu akademisch vermittelt. Unternehmer werden allerdings viel eher über praktische, kompakte und fassbare Formate erreicht.

Vor diesem Hintergrund hat die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation in Trägerschaft der BSP eine Publikation der besonderen Art verfasst: Ein Kochbuch mit dem Titel »Man nehme... Rezepte für den Digitalen Wandel«. Dieses Rezeptbuch möchte dazu beitragen, mehr Vertrauen in die Machbarkeit der digitalen Transformation zu vermitteln. Mit dem Kochbuch sollen Multiplikatoren (z. B. Verbände, Kammern und Wirtschaftsförderungen) und Führungskräfte in Institutionen und Unternehmen dabei unterstützt werden, Entscheidungs- oder Vermittlungskompetenz zu digitalen Themen aufzubauen. Das BSP-Team rund um Prof. Dr. Thomas Thiessen hat kein Zauberbuch geschrieben, sondern ein Rezeptbuch. Digitalisierung ist nämlich keine Magie. Vielmehr lässt

sich Digitalisierung 4.0 über strukturiertes Vorgehen Schritt für Schritt so umsetzen, dass die Zutaten stimmen und möglichst wenig anbrennt. Was am Ende dabei herauskommt, das weiß man oft nicht so genau. Und manchmal ist auch schon der Weg das Ziel. Aber wir sollten im Prozess der Digitalisierung möglichst wenig dem Zufall überlassen.

Das Rezeptbuch ist so aufgebaut, dass es nicht chronologisch gelesen werden muss. Die Leser können Themen überfliegen oder an verschiedenen Stellen gemäß ihrer Interessen quer einsteigen. Dabei verweisen wir immer wieder auf die Mittelstand 4.0-Kompetenzzentren und die Mittelstand 4.0-Agenturen. Diese Einrichtungen sind Teil der

Förderinitiative »Mittelstand-Digital – Strategien zur digitalen Transformation der Unternehmensprozesse« des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie (BMWi). Der Förderschwerpunkt unterstützt gezielt kleine und mittlere Unternehmen und das Handwerk bei der digitalen Veränderung. Im Rahmen dieser Förderinitiative ist das Rezeptbuch entstanden.

Weitere Infos unter www.mittelstand-digital.de.

»Man nehme... Rezepte für den Digitalen Wandel« ist als PDF online verfügbar, auf der Website der BSP oder unter <http://kommunikation-mittelstand.digital/downloads/leitfaeden>.



Ausschnitt (Doppelseite) aus der Veröffentlichung »Man nehme... Rezeptbuch für den Digitalen Wandel«

In 5 Schritten zur Digitalisierung

TEXT: Dr. Jenny Oltersdorf

Keine Zeit, keine Ressourcen, kein Mut um sich mit Digitalisierung zu beschäftigen? Die Mittelstand 4.0 Agentur in Trägerschaft der BSP publiziert gemeinsam mit der Drei Köche GmbH den Leitfaden »In 5 Schritten zur Digitalisierung« und zeigt ganz praktisch, wie der digitale Wandel gelingen kann.

Was hat Kita- und Schulverpflegung mit Digitalisierung zu tun? Auf den ersten Blick nicht viel. Beim genaueren Hinsehen, lassen sich in den Räumen der Drei Köche GmbH in Berlin Hohenschönhausen, eine hochmoderne Zubereitungsküche für Gemeinschaftsverpflegung und eine komplexe Produktions- und Lieferlogistik entdecken. Die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation hat gemeinsam mit dem Geschäftsführer der Drei Köche GmbH überlegt, wie Arbeitsprozesse in einem Unternehmen aus dem Bereich der Lebensmittelverarbeitung durch die Einführung von digitalen Arbeitsprozessen verbessert werden können. Gemeinsam ist der Leitfaden »In 5 Schritten zur Digitalisierung« entstanden, der sich an mittelständische Unternehmer sowie an Multiplikatoren in Richtung Mittelstand (Kammern, Verbände, Wirtschaftsförderungen, etc.) richtet und praxisnah zeigt, welche Überlegungen angestellt werden müssen, wo Fallstricke lauern und wie Digitalisierung gelingen kann.

Weitere Informationen zur Arbeit der Mittelstand 4.0 Agentur Kommunikation finden Sie auf der Website: <http://kommunikation-mittelstand.digital/>

Der Leitfaden kann unter folgendem Link abgerufen werden: <http://kommunikation-mittelstand.digital/content/uploads/2017/06/Leitfaden-Digitalisierung-in-5-Schritten.pdf>

BSP ist Träger der neuen Brandenburger Agentur für Kultur und Kreativwirtschaft

TEXT: Prof. Dr. Thomas Thiessen

Am 7. August 2017 haben Brandenburgs Wirtschaftsminister Albrecht Gerber und Kulturstatssekretärin Ulrike Gutheil im Museum Barbarini in Potsdam einen Drittmittelbescheid in Höhe von rund 2,5 Millionen Euro an die BSP zum Aufbau der neuen Brandenburger Agentur für Kultur und Kreativwirtschaft überreicht.

Damit entsteht in Trägerschaft der BSP eine zentrale Agentur mit Sitz in Potsdam, die künftig Beratungs- und Coaching-Leistungen für Kultureinrichtungen und Kreativunternehmen im Land Brandenburg anbieten soll. Netzwerk- und Kooperationsstrukturen sollen ausgebaut, neue Absatzmärkte erschlossen sowie innovative Geschäftsideen und Produkte entwickelt werden. Instrumente dazu sind Beratung und Coaching, Workshops und Infoveranstaltungen, Dialogforen und Vernetzungsveranstaltungen. Ähnlich wie die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation, wird auch die Arbeit der Agentur für Kultur und Kreativwirtschaft aktiv in die Forschung und Lehre der BSP eingebracht.

Um folgende inhaltlichen Schwerpunkte geht es:

Vernetzung

Die Agentur unterstützt regional aktive Kultureinrichtungen und Kreativunternehmen bei der Vernetzung untereinander und mit mittelständischen Unternehmen aller Branchen. Sie fördert mit Veranstaltungen und Dialogforen den Austausch rund um regionale Netzwerke, neue Kooperationsformen und innovative Wertschöpfungsmodelle.

Digitaler Wandel

Die Agentur hilft Kulturschaffenden und Kreativen einerseits dabei, die neuen digitalen Möglichkeiten für sich selbst besser einschätzen zu können. Andererseits unterstützt die Agentur Kreative dabei, ihre Zielgruppen und Kundschaft mit digitalen Ideen und Wissen zu unterstützen, zum Beispiel für den Aufbau erfolgreicher Online-Präsenzen.

Betriebswirtschaftliches Wissen

Viele Kunstschaffende und Kreative verdienen mit ihrer Arbeit ihren Lebensunterhalt. Aber oft fehlt es an betriebswirtschaftlichem Wissen und/oder an Nachhaltigkeit. Die Agentur für Kultur und Kreativwirtschaft hilft bei der Vermittlung der notwendigen Kompetenzen. Neben betriebswirtschaftlichen Aspekten geht es aber auch darum, wie Künstler und Kreative neue Kundschaft finden können, auch überregional.

Entwicklung und Finanzierung neuer Ideen

Die Agentur wird Menschen der Brandenburgischen Kreativ- und Kulturwirtschaft mit Experten aus den Bereichen Marketing, Betriebswirtschaft und Veränderungsmanagement zusammenbringen. Sie wird coachen sowie Hinweise geben zu bestehenden und neue Fördermöglichkeiten und konkrete Ansprechpersonen vermitteln.

Weitere Informationen unter www.kreativagentur-brandenburg.de



Feierliche Übergabe: Wirtschaftsminister Albrecht Gerber, Staatssekretärin Ulrike Gutheil, Prof. Dr. Thomas Thiessen, Prof. Dr. Markus Langenfurth (von links nach rechts)
Foto: MWE-Pressinformation David Marschalsky

+++ Forschungsticker +++

+++ Prof. Dr. Rainer Zeichhardt als E-Leadership Experte bundesweit unterwegs +++

Das Interesse an den Themen digitale Transformation und E-Leadership ist ungebrochen hoch, so dass Prof. Dr. Rainer Zeichhardt auch in diesem Jahr als Experte zu verschiedenen Veranstaltungen eingeladen wurde, um mit Führungskräften aus der Praxis die Herausforderungen der Digitalisierung zu diskutieren.

Im Auftrag der Mittelstand 4.0 Agentur Kommunikation war Prof. Dr. Rainer Zeichhardt am 9. Februar 2017 bei der Konferenz digital_real in Trebur vertreten und am 15. März 2017 beim Kompetenzzentrum Chemnitz zu Gast. Zum Auftakt des Digitalen Zentrums Schwaben wurde Prof. Dr. Rainer Zeichhardt am 16. März 2017 für eine Keynote zum Thema »Digitale Chancen nutzen – Veränderungen erfolgreich gestalten« eingeladen.

Neben klein- und mittelständischen Unternehmen haben ebenso internationale Großkonzerne Interesse an den neuesten Erkenntnissen zum E-Leadership. So war Prof. Dr. Rainer Zeichhardt am 9. Mai 2017 als Speaker beim Luftfahrtkonzern Airbus in Hamburg Finkenwerder, um im Rahmen des internationalen Führungskräfte-Entwicklungsprogramms mit über 100 Führungskräften am Standort Hamburg mit Liveschaltung nach Toulouse, Paris, München, Moskau und Madrid die Herausforderungen eines neuen Füh-

rungsverständnisses für die digitale Transformation zu diskutieren.

+++ Prof. Dr. Patricia Graf ist Mitglied eines DFG-Netzwerks +++

Eine Karriere in der Wissenschaft ist ein riskantes Geschäft. Welche Risiken warten auf diesem Karriereweg? Und was bewegt Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, häufige Orts- und Jobwechsel und unsichere Arbeitsbedingungen auf sich zu nehmen? Dies untersucht das von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) geförderte Netzwerk zu »Ausstiegsprozessen im akademischen Kontext«. Es besteht aus acht Wissenschaftlerinnen, die auf diesem Feld bereits intensiv geforscht haben. Für die BSP ist Prof. Dr. Patricia Graf mit an Bord, die untersuchen wird, wie Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler mit Risiko und Unsicherheit umgehen, indem sie als Intrapreneure also wie Entrepreneurinnen innerhalb eines Unternehmens agieren. Das Netzwerk wurde von Dr. Svea Korff von der Universität Hildesheim beantragt und wird zu Beginn des Jahres 2018 starten.

+++ Prof. Dr. Rainer Zeichhardt als Gast bei der Eighth Aspen Southeast Europe Foreign Ministers' Conference +++

Am 31. Mai 2017 wurde Prof. Dr. Rainer Zeichhardt zum Policy Program der Südosteuropa Außenminister Konferenz des Aspen Instituts Deutschland eingeladen, um sich in exklusiver Runde von Politikern

über erfolgreiche Wirtschaftsmodelle und Reformprogramme in Südosteuropa zu informieren. Neben einer Podiumsdiskussion stand ein Außenministerpanel auf dem Programm, in dem Bundesaußenminister Sigmar Gabriel über die Bedeutung der Region und ihre europäische Zukunft referierte. Die Veranstaltung fand in der Botschaft der Tschechischen Republik statt.

+++ Prof. Dr. Patricia Graf auf der ECPR-Konferenz in Oslo +++

»Wie können wir erklären, dass einige Länder wieder auf Nuklearkraft setzen und neue Kohlekraftwerke bauen, während in Deutschland und vielen anderen Ländern die Energiewende in vollem Gange ist?« Dieser Frage ging Prof. Dr. Patricia Graf auf der Tagung der Europäischen Politikwissenschaft nach, die vom 6.-9. September 2017 in Oslo stattfand. Am Beispiel Argentinien zeigte sie, wie wirtschaftliche Krisen auch rasch zu einer Stagnation der Energiewende führen können. Argentinien hätte das Potenzial für umfangreiche Wind-, Solar-, und Biomasseprojekte. Bereits Ende der 1990er Jahre war das Land ein Vorreiter in der Energiewende. Die Wirtschaftskrise im Jahr 2001 führte aber zu einem extremen Politikwechsel. Prof. Dr. Patricia Graf zeigte am Beispiel Argentinien, dass die Energiewende ein Prozess ist, der rasch Rückschritte erfahren kann, wenn populistische Parteien die ökonomische Unzufriedenheit der Bevölkerung Instrumentalisieren.

+++ Die Zukunft des Konsums: Zu Gast auf der WGSN Futures in London +++

Um Impulse für die Lehre und seine Dissertation im Bereich Entrepreneurship & Trends zu sammeln, war Aljoscha Heyland im Mai 2017 bei der WGSN Futures in London zu Gast. Über 300 hochrangige Delegierte aus Unternehmen wie LEGO, adidas oder IBM stellten hier praxisnah ihre Themen rund um die Zukunft des Konsums vor.



+++ Jubiläumsausgabe der Femina Politica erschienen +++

Die feministische Fachzeitschrift Femina Politica erscheint dieses Jahr zum 20. Mal. Das freut Redaktionsmitglied Prof. Dr. Patricia Graf, die auch in diesem Jahr an der Jubiläumsausgabe mitgewirkt hat. Seit 1997 analysiert und kommentiert die Zeitschrift politikwissenschaftliche und aktuelle politische Themen, berichtet über Forschungsergebnisse und Hochschulpolitik, Projekte und Neuerscheinungen. Im Jubiläumsheft geht es um das Thema Machtverhältnisse. Wie münzt die AFD feministische Positionen rechtspopulistisch um? Warum scheiterte das große Reformprojekt der Mutterschutzrichtlinie in der EU? Diese und weitere spannende Themen werden im Heft behandelt.

+++ Artikelserie zum Themenkomplex »Behavioural Finance« von Gisbert Straden +++

Gisbert Straden ist Autor einer sieben-teiligen Veröffentlichung im Fachmagazin »Sparkassen Markt« zum Themenkomplex »Behavioural Finance«. Behavioral Finance untersucht den Einfluss von Verhaltensmustern auf den Entscheidungsprozess von Anlegern.

Innerhalb der Sparkassenorganisation ist Gisbert Straden als Referent und Experte rund um die Themen Anlageverhalten, Privat Banking und Vermögensverwaltung positioniert. Er hält unter anderem Vorträge im Rahmen von Endkundenveranstaltungen zu diesen Themen sowie Seminare für Mitarbeiter zum Thema Anlageentscheidungen unter Unsicherheit etc.

Auf der Website der BSP werden alle Artikel der Serie veröffentlicht.

+++ Psychologie im Feld – Kurt Lewins Schrift »Kriegslandschaft« +++

Im neuen Heft der Psychologischen Rundschau erinnert die Zeitschrift der Deutschen Gesellschaft für Psychologie (DGPs) an die Publikation des Aufsatzes »Kriegslandschaft« vor 100 Jahren, einer wegweisenden Beschreibung der Verwandlung des Landschaftsraums im Krieg durch den Frontsoldaten Kurt Lewin.

Für die BSP ist es eine besondere Auszeichnung, dass die Erinnerung an den Wegbereiter der Wirtschafts- und Kulturpsychologie in Deutschland und Amerika vom Prorektor Prof. Dr. Herbert Fitzek unserer Hochschule verfasst wurde.

+++ »Wissen ist Macht« +++

So lautet der Titel der aktuellen »impulse«, Deutschlands führendem Unternehmermagazin. Im Rahmen des Titelthemas wurde auch Prof. Dr. Ina Kohl befragt. Sie arbeitet seit über zehn Jahren im Bereich Wissensmanagement und hat zahlreiche Unternehmen im Mittelstand bei der Einführung innovativer Managementmethoden unterstützt. Gerade das Know-How von Wirtschaftspsychologen ist bei der Gestaltung von Wissensprozessen in Unternehmen gefragt. Es geht eben nicht nur darum, eine Technologie einzuführen, sondern es geht auch um die Bereitschaft und Fähigkeit zum Teilen von Wissen – und um die Widerstände, die dabei im Kopf der Mitarbeiter entstehen. Die Wirtschaftspsychologie kann bei der Begleitung von solchen Veränderungsprozessen große Dienste leisten, indem sie auf die individuellen Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingeht und vor allem durch die Entwicklung sogenannter Use Cases, den persönlichen Nutzen für die Mitarbeiter erfahrbar macht.

+++Prof. Dr. Jeannette Trenkmann ist Mitherausgeberin einer Expertise im Rahmen des Zweiten Gleichstellungsberichts der Bundesregierung +++

Prof. Dr. Jeannette Trenkmann ist – zusammen mit ihren Kolleginnen Prof. Dr. Claudia Gather und Dr. Lena Schürmann von der HWR Berlin – Herausgeberin der im Rahmen des Zweiten Gleichstellungsberichts der Bundesregierung eben erschienenen Expertise »(Solo)-Selbstständigkeit als gleichstellungspolitische Herausforderung«. Der im April 2017 erschiene zweite Gleichstellungsbericht macht auf der Basis wissenschaftlicher Befunde konkrete Vorschläge, wie Fortschritte in der tatsächlichen Gleichberechtigung der Geschlechter erzielt werden können. Die Expertise stellt dabei die berufliche



Situation und die in vielfacher Hinsicht besonderen Bedingungen selbständig erwerbstätiger Frauen im Vergleich zu abhängig beschäftigten Arbeitnehmerinnen dar. Insbesondere die in der Selbstständigkeit wirksamen geschlechtsspezifischen Benachteiligungen sind dabei ein wichtiges und gesellschaftlich relevantes Thema, das erst seit kurzem diskutiert wird.

Gather, Claudia; Schürmann, Lena; Trenkmann, Jeannette (2017): (Solo)-Selbstständigkeit als gleichstellungspolitische Herausforderung. Expertise im Rahmen des Zweiten Gleichstellungsberichts. Berlin: Institut für Sozialarbeit und Sozialpädagogik e.V. Geschäftsstelle Zweiter Gleichstellungsbericht der Bundesregierung.

+++ Wie Innovationen in der Spitzengastronomie entstehen +++

Prof. Dr. Andreas Braun untersucht in seinem neu erschienenen Buch »Innovationsmanagement in der Spitzengastronomie – Ein Überblick über die Sterneküche aus managementorientierter Perspektive« im renommierten SpringerGabler-Verlag mit seinem Kollegen Prof. Dr. Gordon Müller-Seitz von der TU Kaiserslautern die kulinarische Faszination und innovativen Fähigkeiten der Sternegastronomie. Spitzenküche ist über alle Handwerkskunst hinaus heute ein Feld des kreativen Innovationsmanagements. Sie lebt von der Inszenierung und Vermarktung eines außergewöhnlichen Genusses – und von der Einbeziehung verschiedener interner und externer Informationsquellen in den kulinarischen Innovationsprozess. Prof. Dr. Andreas Braun hat Forschungsstudien ausgewertet, Interviews geführt, eine großangelegte Umfrage unter Europas Spitzenköchen durchgeführt und eigene Erfahrungen genutzt – wie die seines Cousins Christian Braun, der als Berater und Türöffner in die

Sterneküche fungierte – und ganz nebenbei ein hervorragender Koch ist.

Braun, Andreas; Müller-Seitz, Gordon (2017): Innovationsmanagement in der Spitzengastronomie – Ein Überblick über die Sterneküche aus managementorientierter Perspektive. Wiesbaden: Springer Fachmedien.



+++ Beitrag von Prof. Dr. Alexander Alscher im Sammelband »Finanzierungsquellen für Krankenhäuser jenseits des Budgets« +++

Kostendruck und steigender Wettbewerb fordern eine elementare Neugestaltung von Prozessabläufen in Gesundheitseinrichtungen. Durch ein komplett online-vernetztes Belegmanagement reduziert die Münchener Frauenklinik Dr. Geisenhofer den Administrationsaufwand der Patientenaufnahme bis hin zur effizienten und verlässlichen Betten- und OP-Planung. Nach Ablösung der aufwendigen Anmeldung zur Operation per Fax durch eine standortübergreifende, jederzeit verfügbare Online-Ressourcenplanung spart das Krankenhaus nicht nur über 5.500 Blatt Papier, sondern darüber

hinaus auch ca. 600 Arbeitsstunden pro Jahr. Hinzu tritt der wichtige Effekt der Fehlerreduzierung durch eine nun vollständige Datenhaltung sowie durch integrierte Plausibilitätschecks. Freie OP-Saalzeiten werden durch die Online-Vernetzung nicht mehr nur manuell im aufwändigen »Push-Prinzip« verteilt, sondern können online im »Pull-Prinzip« autonom von den Operateuren gebucht werden. Dies erhöht und optimiert die Auslastung. Damit wird ein Modell skizziert, wie auch in der belegärztlichen Versorgung Wirtschaftlichkeitsreserven gehoben werden können und zeitgleich durch diese IT-Ver-netzung die Einnahmesituation deutlich verbessert werden kann.

Alscher, Alexander; Götzner, Jörg-Tilman; Moosburger, Marion (2017): Erlösoptimierung bei gleichzeitiger Kostenflexibilisierung durch kooperierende Vertrags- und Belegärzte mittels vernetzter Online-OP- und Kapazitätensteuerung. In: Hartweg, Hans-R.: Finanzierungsquellen für Krankenhäuser jenseits des Budgets. Wiesbaden: Springer-Medizin.

+++ Beitrag von Prof. Dr. Jeannette Trenkmann im Handbuch Neo-Institutionalismus – Revisited: Bilanz und Weiterentwicklungen aus Sicht der Geschlechterforschung. +++

In ihrem Beitrag »Akteur_innen und Prozesse der Institutionalisierung organisationaler Gleichstellungspolitik – Institutio-

nal Work als theoretischer Rahmen« im gerade erschienenen Handbuch Neo-Institutionalismus – Revisited: Bilanz und Weiterentwicklungen aus Sicht der Geschlechterforschung (herausgegeben von Prof. Dr. Maria Funder von der Universität Marburg) stellt Prof. Dr. Jeannette Trenkmann aktuelle Erkenntnisse ihrer empirischen Studie zur Geschlechtergleichstellung in der organisationalen Praxis vor. Das Handbuch beleuchtet theoretische Weiterentwicklungen und aktuelle Debatten im Zusammenhang von Organisation und Geschlecht. Im Fokus steht dabei vor allem die Frage, ob und inwiefern die Geschlechterforschung von neo-institutionalistischen Überlegungen theoretisch



und empirisch profitieren kann. Akteur_innen und Prozesse der Institutionalisierung organisationaler Gleichstellungspolitik – Institutional Work als theoretischer Rahmen. In: Funder, Maria (Hrsg.): Neo-Institutionalismus – Revisited. Bilanz und Weiterentwicklungen aus Sicht der Geschlechterforschung. Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft. S. 283-306.

+++ »Kenne deinen Kunden – er kennt den nächsten« - Publikation von Gisbert Straden für die Vertriebspraxis mit dem Schwerpunkt Neukundengewinnung +++

Gisbert Straden ist Lehrbeauftragter der BSP und hat ein neues Buch mit dem Titel: »Kenne deinen Kunden – er kennt den nächsten: Storytelling und das »Prinzip Facebook« als Erfolgstreiber in der Neukundengewinnung (Management /Strategie)« veröffentlicht.

Straden widmet sich dem ungeliebten Thema der Akquise neuer Kundinnen und Kunden. Der Autor versucht mit seiner Veröffentlichung aus der Vertriebspraxis heraus für die Vertriebspraxis den Blick auf die besondere Wirkung eines guten Vertrauensverhältnisses zwischen Verkaufs- und Kundschaftsposition zu lenken. Die Empfehlung ist ein effektives und effizientes Werkzeug des Vertriebs und genau darum geht es in dem neuen Buch von Gisbert Straden: Wie kann im Vertrieb das Instrument Empfehlungsmarketing erfolgreich eingesetzt werden?

Straden, Gisbert (2017): Kenne deinen Kunden - er kennt den nächsten: Storytelling und das »Prinzip Facebook« als Erfolgstreiber in der Neukundengewinnung (Management /Strategie). Stuttgart-Vaihingen: Deutscher Sparkassen Verlag.



CAMPUS LEBEN

Aktuelles rund um den BSP Campus

Cup der Privaten 2017

Team Spirit auf und neben dem Fußballfeld

TEXT: Lisa Schimmelpfennig

Der Sport nimmt an unserer Hochschule eine wichtige Rolle ein. Neben der gemeinsamen aktiven Teilnahme in der Lehre fördert der sportliche Teamgeist der Studierenden den Zusammenhalt an unserer Hochschule. Diese gemeinsame sportliche Aktivität fördern wir mit umfangreichen Hochschulsportprogrammen, die semesterweise mit dem StuRa-Referat Sport gemeinsam organisiert werden.

Als wichtiges sportliches Highlight des Studienjahres fungiert in unserem Hochschulverbund aber vor allem auch der Cup der Privaten. Seit Jahren ist die BSP ganz vorn mit dabei und Hauptsponsor dieses internationalen sportlichen Events. Neben dem Fußballturnier, welches an zwei aufeinanderfolgenden Tagen veranstaltet wird, zeichnet sich der Cup der Privaten zusätzlich durch ein umfangreiches Rahmenprogramm aus, welches nicht nur den Zusammenhalt unseres Hochschulverbunds, sondern auch die nationale und internationale Vernetzung mit anderen privaten Hochschulen fördert.

Insgesamt sind im April 2017 über 50 Teams, unter anderem aus der Schweiz, Belgien, Luxemburg oder der Türkei zu der Europameisterschaft privater Hochschulen angetreten. Gemeinsam mit hunderten Supportern haben alle teilnehmenden Teams dafür gesorgt, dass die Stimmung im Veranstaltungsort, der Soccerworld Berlin, erneut grandios und die zwei Tage zu einem unvergesslichen Ereignis wurden. Gefeierte wurde dabei natürlich auch: Am Abend vor dem Turnierauf-

takt wurde im Spindler & Klatt die Turnieraufstellung ausgelost, hier sind die über 50 Teams auch zum ersten Mal aufeinandergetroffen. Nach den aufregenden Turniertagen wurde dann sowohl in der Kalkscheune, als auch im Adagio gefeiert. Im letzten Club wurde dann auch der offizielle Turnierpokal an das Siegerequipe aus Hamburg übergeben.

Am Ende hat es also zwar nicht für einen Sieg eines Teams der BSP, MSB, MSH oder IPW gereicht, aber was den Team Spirit betrifft, waren und sind wir ganz vorn mit dabei. Vielen Dank an alle teilnehmenden Sportlerinnen und Sportlern, an das Orga-Team und vor allem an die vielen Supporter, die unsere Teams fleißig und vor allem laut angefeuert haben.





2018 geht es selbstverständlich weiter. Erneut werden wir gemeinsam mit vielen europäischen Teams im Wettbewerb um die Siegtrophäe antreten und gemeinsam mit unseren internationalen Gästen ein paar ganz besondere Tage in Berlin verbringen. Sie möchten mitmachen und sich entweder auf dem Spielfeld oder im Supporter-Team engagieren? Wir freuen uns auf Ihre aktive Teilnahme und Ihre Unterstützung. Melden Sie sich gerne unter veranstaltung@businessschool-berlin.de

Termin: 3. bis 5. Mai 2017

Austragungsort: Soccerworld Berlin
(Richard-Tauber-Damm 36, 12277 Berlin)

Weiter Informationen folgen in Kürze auf unserer Website.

Gemeinsam den Halbmarathon meistern

»In it to win it« – unter diesem Slogan haben sich ca. 30 Studierende der BSP und MSB zusammengetan und sich der Herausforderung Halbmarathon gestellt. Gemeinsam mit 30.000 anderen Läufern haben sie erfolgreich an der 37. Auflage des Berliner Halbmarathons teilgenommen.

TEXT: Lisa Schimmelpfennig



BSP- und MSB-Marathonteilnehmer mit dem Maskottchen »Frido Flink«

Organisiert wurde die Teilnahme der Gruppe von fünf Studierenden aus den Bereichen Wirtschaftspsychologie und Sportpsychologie unter der Leitung von Chiara Behrens de Luna. Die Masterstudentin (Sportpsychologie/ Sportpsychologische Beratung) hatte bereits im Oktober 2016 kurz nach ihrem Studienstart an der BSP die Idee, gemeinsam mit anderen Studierenden am Halbmarathon teilzunehmen. Sie verfolgt ihr Studium mit dem Ziel, später andere Sportler zu coachen – warum also nicht bereits während des Studiums damit beginnen und die Kommilitonen zur Teilnahme an einem Halbmarathon motivieren? Sie selbst war vor dem Projekt keine regelmäßige Läuferin, aber mit dem konkreten Ziel vor Augen und dem gegenseitigen Support der Teilnehmenden, hat sie sich gemeinsam mit den Anderen Kilometer für Kilometer an die Strecke herangearbeitet. Um den Teamgeist

zu stärken und sich gegenseitig zu motivieren, traf sich ab Dezember eine kleine Gruppe an Studierenden jeden Sonntag zum regelmäßigen Trainingslauf. Außerdem organisierte der Teilnehmer und erfahrene Marathonläufer Mathias Clemens (Masterstudent im Fach Wirtschaftspsychologie) im Vorfeld einen kleinen Workshop, um die anderen Studierenden auf das Projekt Halbmarathon vorzubereiten. Neben den vermittelten Ernährungs- und Kleidungstipps, bereitete er die anderen ausführlich auf alle möglichen Hürden und Zwischenfälle vor, die während des Laufs vorkommen könnten.

Dass für Mathias Clemens Teamgeist an oberer Stelle steht, zeigte er auch während des Halbmarathons: Anstatt als erfahrener Läufer weiter vorn mitzulaufen, war ihm seine eigene Zeit weniger wichtig. Stattdessen lief er durchgehend

Sie haben eine ähnlich teamfördernde Idee oder möchten sich gerne in Projekten wie diesen einbringen? Dann wenden Sie sich gerne an das Referat Sport des Studierendenrats.

stura.sport@student-businessschool-berlin.de

bei einer Gruppe Studierender mit, die sich selbst als eher schwach einschätzten und motivierte diese zum Durchhalten.

So ein Halbmarathonlauf ist kein klassischer Teamsport, daher sind die restlichen Teilnehmenden hauptsächlich allein gelaufen. Nach dem Zieleinlauf wurde aus den Sportlern aber schnell wieder eine Einheit und am Ende zelebrierte das gesamte Team die gemeisterte Herausforderung abschließend gemeinsam. Auch optisch bewies die Gruppe übrigens Teamgeist: Um das Gemeinschaftsgefühl noch zu verstärken, wurden vom Modemarketing-Kurs aus dem Sommersemester 2016 eigene Laufshirts unter der Leitung des Lehrenden Marcel Rijkse designt.

Content als Erfolgsfaktor in der digitalen Unternehmenskommunikation

BSP-Studierende nehmen am Content Strategy Camp 2017 in Darmstadt-Dieburg teil

TEXT: Prof. Dr. Thomas Thiessen

Kommunikationsverantwortliche in mittelständischen Unternehmen sind nicht zu beneiden: Sie müssen Lösungen für die Herausforderungen entwickeln, die ihnen Digitalisierung und Globalisierung stellen. Das reicht von der Auswahl der passenden Tools bis zur Internationalisierung der Kommunikation. Eine nachhaltige Kommunikationsstrategie, die neben klassischen Kriterien wie Bekanntheit und Publizität auch den Dialog, die Stärkung der Reputation und den Aufbau von Vertrauen zum Ziel haben, ist nicht leicht zu etablieren. Trotzdem muss der Beitrag zum Erfolg des Unternehmens auch kurz- und mittelfristig nachgewiesen werden. Dabei haben Unternehmen durchaus interessante Themen aus ihrem Alltag zu erzählen, sind sich dessen aber oft nicht bewusst oder wissen nicht, wie und wo sie diese platzieren können.

Um solche Themen ging es beim Content Strategy Camp am 23. und 24. Juni in Dieburg Nähe Darmstadt. Das Camp sensibilisierte Kommunikationsverantwortliche für interessante Inhalte und bot Raum zu Austausch. Veranstalter war die Mittelstand 4.0-Agentur Kommunikation in Trägerschaft der BSP. Teilnehmende waren u. a. auch die Studierenden des BSP-Masterstudiengangs Medienpsychologie WS 2016 in Begleitung von BSP-Rektor Prof. Dr. Thomas Thiessen.

Kommunikationsverantwortliche kleiner und mittlerer Betriebe müssen oft entweder ihre Aufgaben neben ihrer Tätigkeit als Geschäftsführende übernehmen. Oder sie ringen mit ihren Geschäftsführenden um Aufmerksamkeit, die Ausrich-

tung oder ein ausreichendes Budget. Darüber hinaus müssen sie Lösungen für die Herausforderungen entwickeln, die ihnen die Digitalisierung stellt. Wie wird ihr Unternehmen im Internet sichtbar? Über welche Themen sprechen sie dort? Das sind Fragen, die sich Unternehmer stellen. Und gleichzeitig sind die Auftragsbücher voll und sie wissen eigentlich gar nicht wo ihnen der Kopf steht. Was bringt es ihnen im Internet mit ihren Themen präsent zu?

Im Content Strategy Camp 2017 (cosca17) wurden diese Themen im sogenannten BarCamp-Format bearbeitet. Über 200 Teilnehmende diskutierten am Mediacampus in Dieburg über die Inhalte von professionellen Kommunikationsstrategien. Hauptziel war Vernetzung. Ein weiteres Ziel war Kompetenzbildung für die Wege und Inhalte der sich immer mehr digitalisierenden Kommunikation. Die Teilnehmenden trotteten fleißig aus über 60 Sessions zu den Themen Social Media, digitale KPIs, Marketing und Content Strategien, Influencer und Community Management und diskutierten über



die Zukunft der Kommunikation. Die Sessions, die im Rahmen des BarCamps angeboten wurden, legten einen besonderen Fokus auf die Anforderungen, die mittelständische Unternehmen an Kommunikation und Marketing stellen: Welche Content Strategien eignen sich bei beschränkten Budgets; welche Rahmenbedingungen sind notwendig und welche Herausforderungen sind zu meistern?

Beispiele für cosca-Sessions:

100 Million Challenge Bestpractice
Am Beispiel der Hövding-Kampagne wurde gezeigt, dass allein durch Kreativität, Viralität und die Einbindung von Meinungsbildenden große Reichweiten erzielt und dadurch indirekt Verkaufszahlen gesteigert werden können. Auch mit minimalstem Budget.

Integrierte Digital KPIs
Eine gemessene Reichweite bedeutet nicht, dass auch genauso viele Personen den Inhalt aufgenommen und verinnerlicht haben. Guter Content muss deshalb auf so vielen Kanälen wie möglich verbreitet werden, um mehrere Reichweiten kritisch miteinander vergleichen zu können.

Influencer Communities
Um ein Produkt glaubhaft mit Hilfe von Influencern zu vermarkten ist die Authentizität des Influencers entscheidend, nicht allein seine Reichweite. Dabei kommt es vielmehr darauf an welche und wie viele Produkte der Influencer bewirbt und wie gut diese zum eigenen Produkt passen.

10 Jahre Daimler-Blog
Blogs scheitern häufig an einfachen Dingen. Wichtig ist vor allem der Content, der dem Leser einen echten Mehrwert bieten sollte. Außerdem dürfen sich Corporate Blog und Webseite inhaltlich und gestalterisch unterscheiden.

Facebook Content-Trends 2017
Facebook erweitert seine Anzeigenpalette mit den Formaten Collection Ads und Canvas Ads. Auch Facebook Live wird immer wichtiger und findet bei den Nutzern Anklang.

Content der Leben rettet
Die Gründer des Hilfsprojekts URIDU erzählten, wie sich Content in Ländern der Dritten Welt verbreiten lässt. Mittels solarbetriebener MP3-Player werden Frauen in Afrika Hörbücher bereitgestellt, die zur (Allgemein-)Bildung und Aufklärung beitragen.

Summer School »Social Entrepreneurship« in Tel Aviv

TEXT: Prof. Dr. Herbert Fitzek



Nach Tagungen in Hamburg und Zürich ist die Kooperation der BSP mit der ZHAW (Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften) nun auf Reisen gegangen. Unter Leitung von Prof. Dr. Herbert Fitzek und Prof. Dr. Michael Zirkler fand vom 28.9. bis 1.10.2017 eine Summer School mit Masterstudierenden von drei Hochschulen in Tel Aviv statt. Unser israelischer Partner, das College of Management Academic Studies (COMAS), ist wie die BSP eine private Hochschule. An seiner Business School beschäftigen sich Wirtschaftswissenschaftler wie Psychologen intensiv mit »Social Enterprises«, über die uns nicht nur berichtet wurde, sondern die wir besuchen konnten, um die Arbeitsbedingungen kennen zu lernen und mit Mitarbeitenden zu sprechen. In einem Call Center, das Menschen mit Behinderungen offensteht, einem Restaurant, das straffällige Jugendliche als Servicekräfte einsetzt, einem Bildungsunternehmen, das sich wie ein Kibbutz gemeinschaftlich organisiert, begeisterte uns



die doppelte Aufgabe von unternehmerischer Innovation und sozialem Engagement. Als Forschungsergebnis fanden wir in unseren Diskussionen, dass Entrepreneurship in der Arbeit mit Benachteiligten, Asylsuchenden, Menschen mit Behinderungen und Strafverfolgten nicht in einem »Zwischenweg« besteht (weniger Verdienst – mehr Zuwendung), sondern im Finden einer Geschäftsidee für die jeweilige Klientel, die soziale Verantwortung demonstriert und sich am Markt durchsetzen kann. Während unseres Aufenthaltes wurde bekannt, dass unser Gastgeber, Prof. Oren Kaplan, zum Direktor des Colleges gewählt wurde – das wurde nicht nur gemeinsam gefeiert, es berechtigt zur Hoffnung, dass wir unser Interesse gemeinsam vertiefen werden.



#b.a.r.e.2nd

Die 2te Kollektion der BSP Marke
»b.a.r.e.« – Fotos: Steve Stebner

#b.a.r.e.2nd

TEXT: Prof. Claudine Brignot

Im Wintersemester 2016/2017 wurde das hochschuleigene Label b.a.r.e. gegründet und im Januar im Rahmen der Berlin Fashion Week einem internationalen, modeinteressierten Publikum präsentiert. Nach diesem erfolgreichen Labellaunch, ging das Projekt im Sommer in die zweite Runde. Der Kurs Modemarketing SoSe16 stand vor der verantwortungsvollen Aufgabe, das Label im Sinne der Gründungsmitglieder fortzusetzen und ihm gleichzeitig eine eigene Note zu verpassen. Erneut spielte die Kommunikation rund um die Marke und das Projekt eine große Rolle, um den Bekanntheitsgrad von b.a.r.e. weiter zu steigern.

Das Projekt wurde im Rahmen der Module »M16 Modegestaltung und –produktion II« unter der Leitung von Prof. Claudine Brignot und »M18 Eventmanagement«, geleitet von Tim Pöhland durchgeführt. Ziel war es eine neue Kollektion zu erstellen, die gesamte Markenkommunikation weiter zu entwickeln und die gefertigten Teile, wie T-Shirts, Hoodies und Jogginghosen, im Rahmen eines Events zur Berlin Fashion Week zu präsentieren.



Zu Beginn des Entwurfsprozesses wurde schnell klar, dass die Kernaussage des Labels unverändert bleiben sollte. Auch in dieser zweiten Kollektion mit dem Namen #b.a.r.e.2nd sollte es weniger um Design und vielmehr um ein politisches Statement gehen. Die einzelnen Begriffe aus denen sich der Markenname b.a.r.e. zusammensetzt – borderless - authentic - rebellious - equal – nahmen erneut eine zentrale Rolle ein. Sie wurden noch stärker in den Fokus gerückt, zu Slogans erweitert und grafisch variiert.

Nach drei Monaten intensiver Arbeit auf allen Ebenen wurde die Kollektion #b.a.r.e. 2nd anlässlich der Berlin Fashion Week auf dem Gelände des Haubentaucher Clubs präsentiert. Neben diesen erfolgreichen Eventtagen inmitten des Berliner Modegeschehens war das Shooting der selbst erstellten Kollektion für den Kurs SoSe16 ein absolutes Highlight. Die gesamte Umsetzung - Konzeption, Suche nach der richtigen Location, Modelscouting, Styling etc. – wurde von den Studierenden in Eigenregie durchgeführt. Entsprechend stolz können sie auf die Ergebnisse und auf das neue Image von b.a.r.e. sein.



#b.a.r.e.2nd Prozess in Bildern



Highlights aus den Studiengängen

Modemarketing

Zu Gast bei Spoonflower und Your Local Dealer

Praktische Einblicke in die Arbeit mit verschiedenen Druckverfahren und die Vermarktung dieser Techniken erlebten die Modemarketing-Studierenden des Kurses aus dem Wintersemester 2016 im Sommer bei den Unternehmen Spoonflower und Your Local Dealer. Gemeinsam mit der Studiengangsleiterin Prof. Claudine Brignot sammelten die Studierenden Inspiration für kommende Praxisprojekte im Rahmen ihres Studiums an der BSP.



Business Administration

Studierende erleben Europa

Im Rahmen des Moduls »Wirtschaftspolitik und Globalisierung« besuchte Prof. Dr. Patricia Graf mit den Studierenden des Kurses BA WS 2014 die Ausstellung »Erlebnis Europa« der Europäischen Kommission und des Europäischen Parlaments in Berlin.

Die Studierenden simulierten dort eine Sitzung des EU-Parlaments und diskutierten einen Gesetzesvorschlag zum Thema Autonomes Fahren. Dabei zeigten sich die Studierenden fit im Thema Digitalisierung. Herausfordernd war die Simulation insofern, als dass einige Studierende innovationskritische Rollen einnehmen mussten und somit gegen den Gesetzesvorschlag stimmten.

Master Business Administration

Einmal Hamburg, Regensburg und zurück: Unternehmensexkursionen im Masterstudium

Gleich zwei Exkursionen haben die Studierenden des Masterstudiengangs Business Administration im Sommersemester 2017 unternommen – einmal ging es für eine Woche nach Hamburg, einmal für eine Woche nach Regensburg. Dabei gab es für die Studierenden spannende Einblicke hinter die Kulissen ganz unterschiedlicher Unternehmen. Die Liste der Unternehmen, die Prof. Dr. Andreas Braun für die Unternehmensexkursionen gewinnen konnte, ist lang: Betahaus Hamburg, Tchibo, Otto Gruppe, Jost de Jager Consulting, Hapag Llyod, Airbus, Hans Conzen Kosmetik, Tourismus Regensburg, Mittelbayerische Zeitung, Continental und Infineon. »Alle Besuche waren spannend«, sagt Prof. Dr. Andreas Braun. Besonders interessant waren aber die Besuche, die mit Workshops kombiniert waren: Beispiel Airbus: Die Mitarbeitenden des Innovations- und Forschungszentrums in Hamburg-Finkenwerder nahmen sich einen ganzen Tag Zeit, um mit den Studierenden neue Geschäftsideen und -modelle durchzuspielen. Beispiel Hans Conzen Kosmetik (Glynt): Mit Geschäftsführer Stephan Conzen und seinen Mitarbeitenden erarbeiteten die Studierenden neue Marketingstrategien für das Kosmetikunternehmen. Beispiel Infineon: Auch aus München waren extra Mitarbeitende angereist, um mit den Studierenden am Regensburger Standort neue Formen des Innovationsmanagements und der Unternehmenskommunikation zu erarbeiten. »Für die Unternehmen und die Studierenden sind solche Unternehmensexkursionen eine Win-Win-Situation: Die Studierenden erhalten einen intensiven Einblick in die Praxis, die Unternehmen bekommen im besten Fall neuen, frischen Input von unseren motivierten Studierenden«, so Prof. Dr. Andreas Braun.





Internationale Betriebswirtschaft

Zu Besuch bei BMW: IBWL-Studierende im Motorradwerk Berlin-Spandau

Im Juni besuchten Studierende des Bachelorstudiengangs Internationale Betriebswirtschaft sowie Austauschstudierende aus der Türkei, Russland, Belgien und Frankreich im Rahmen der Vorlesung »Business Organization« bei Frau Prof. Dr. Jeannette Trenkmann die Motorradproduktion von BMW im Werk in Berlin-Spandau. Unter fachkundiger Führung erfuhren sie dort zunächst Wissenswertes zur Geschichte des Werks, wo bis zum Ende des zweiten Weltkriegs Flugmotoren gefertigt wurden und erst 1949 die Herstellung von Motorradteilen begann. Neben Zahlen und Fakten zu den beliebtesten Modellen wurden natürlich auch Motorräder präsentiert, die zwar nicht zum Testfahren bereitstanden, aber zu einer Fotosession einluden. Im anschließenden Rundgang entlang der Montagelinie gab es die Möglichkeit, die Produktionsabläufe live mitzuerleben. In nur knapp vier bis sechs Stunden werden hier – je nach Modell – die Teile und Komponenten zu einem fahrbereiten Motorrad zusammengesetzt. Neben diesen spannenden Einblicken in die Fließfertigung lernten die Studierenden auch Prinzipien zur Arbeitsflexibilisierung wie job rotation und job enrichment in der Praxis kennen.

Internationale Betriebswirtschaft

Verabschiedung ins Auslandssemester

Zum Abschluss des Moduls »Studienprojekt Internationale Kostenrechnung« bei Diethard Bühler, im Rahmen dessen die Studierenden des Kurses aus dem Wintersemester 2015 verschiedene Unternehmensstrategien entwickelten, präsentierten sie ihre Ergebnisse in den Räumlichkeiten von EY vor Unternehmensvertretern von EY, FBB Berliner Flughäfen und Air Berlin. Im Anschluss der Abschlusspräsentation wurden die Studierenden ins Auslandssemester verabschiedet. Stationen im Ausland sind in diesem Jahr unter anderem New York, Sydney, Singapur, Mexico City, Bogota, Sevilla, Prag, Ljubljana, London oder Dublin.



Wirtschaftspsychologie

Kunstcoaching in Rom

Im Juni dieses Jahres war es erneut soweit: Studierende der Wirtschaftspsychologie reisten zum Kunstcoaching nach Rom. Die Gruppe unter der Leitung von Prof. Dr. Herbert Fitzek und Gudrun Schoppe wurde in diesem Jahr von der Leiterin des Goethe-Instituts, Gabriele Kreuter-Lenz im Garten der deutsch-italienischen Kulturinstitution zur Vorführung des preisgekrönten deutschen Films »Der Albaner« von Johannes Naber begrüßt. Im Anschluss an die Vorführung im Kinosaal des Instituts konnten die Gäste und Studierenden den Regisseur persönlich zum Film befragen.

Fazit der Studierenden: »Und schon wieder ist ein Semester vorbei - auch die nächste Generation von Wirtschaftspsychologinnen und -psychologen stellte sich dem Projekt »Kunstcoaching«. Wir alle waren unsicher, was auf uns zukommen würde und sind nun glücklich und stolz zugleich dabei gewesen zu sein. Die offene Atmosphäre innerhalb der Gruppen ermöglichte es, sich auf das Coaching einzulassen und in vollen Zügen auf sich wirken zu lassen. Im Namen aller teilnehmenden Studierenden danken wir Frau Schoppe und Herrn Fitzek für die intensive und spannende Zeit in Rom.«



Master Wirtschaftspsychologie

Who is the expert here? Studierende und Praktizierende meistern Hürden im Personalmarketing und Recruiting

»Unternehmen haben ein Findeproblem und ein Bindeproblem« – so Malte Fischer, Strategie für Employer Branding bei Scholz & Friends Berlin. Als einer von sieben Praxisexpertinnen und -experten im Rahmen der Vorlesung »Personalmarketing und Recruiting« diskutierte er mit 25 Masterstudierenden über praktische Best Practices und Herausforderungen auf diesen Feldern.

Ziel der Vorlesung ist es, Forschungs- und praktische Ansätze im Personalbereich einander gegenüberzustellen. Ausgestattet mit Input zu aktuellen Modellen und Befunden rund um das Finden, Auswählen und Binden von Mitarbeitenden, haben die Studierenden gemeinsam mit Prof. Dr. Charlotte von Bernstorff verschiedene Exkursionen unternommen. Neben Scholz & Friends ging es z.B. zu Zalando, Engel & Völkers oder der Deutschen Telekom.

Die Frage war: Wie laufen Personalmarketing und Recruiting in der Praxis ab? Sind Forschungsbefunde angekommen, sind Verfahren strukturiert und Kompetenzen valide? Wo haben Forschungsansätze ihre Grenzen, was können Forschende aus der Praxis lernen? Wie lassen sich Grenzen überwinden?

Die Praxisexperten beantworteten nicht nur vorbereitete und spontane Fragestellungen, sondern erwarteten – als Gegenleistung für ihre Vorträge - auch Input von den Studierenden. So bestand der Auftrag der Deutschen Telekom an die Studierenden u. a. in einer Evaluation der neuen Employer Branding Kampagne der Telekom. In vier Gruppen erarbeiteten sie ebenso fundierte wie kreative und amüsante Konzepte.

Die Ergebnisse waren nicht nur professionell, humorvoll und souverän vorgetragen, sondern extrem wertvoll für Ute Neher, Leiterin des Bereichs Recruiting & Employer Reputation. Um etwas plastischer zu werden, ihr Fazit: »Das war klasse, ich finde es immer wieder gut, wenn durch ein Studium auch kritische und laute Geister mit einer echten Meinung ausgebildet werden. Einige nutzen schon die Chance und vernetzen sich.«

Die Präsentationen der Studierenden nutzte Ute Neher nachträglich für einen internen Vortrag und Socialnet-Beitrag. Die Frage, wer hier zur Fachgruppe gehörte, dürfte damit beantwortet sein. Und mit den nachträglichen Bewerbungen bei den besuchten Unternehmen, dürften unsere BSP-Experten ihren ganz eigenen Beitrag zur Lösung des Findeproblems liefern.



Kommunikationsmanagement

Die Praxis journalistischen Arbeitens

Die Studierenden des Kurses Kommunikationsmanagement WS 14 haben in diesem Sommersemester im Rahmen des Moduls Wirtschaftsjournalismus verschiedene spannende Exkursionen unter der Leitung von Fabian Lempa unternommen sowie einige interessante Gäste im Seminar begrüßen dürfen. Gleich zu Beginn nahm sich die Dokumentarfilmerin und Grimmepreisträgerin Carmen Losmann Zeit und diskutierte mit den Studierenden unter anderem über die Hintergründe ihres Films »Work hard play hard«.

Ziel des Seminars war es auch, grundlegende Techniken der journalistischen Arbeit kennenzulernen. Die Studierenden sprachen mit verschiedenen Persönlichkeiten aus dem Journalismus, z. B. besuchten sie die Redaktion des Tagesspiegels, wo ihnen Kevin P. Hoffmann, der Leiter der Wirtschaftsredaktion, einige wertvolle Tipps vermittelte. Außerdem kamen die Medienjournalistin und Chefredakteurin des Magazins »Der Wirtschaftsjournalist«, Susanne Lang sowie der Spiegel-Politikjournalist Sven Böll als Gäste ins Seminar und sprachen mit den Studierenden über ihre Arbeit.

Die Prüfungsleistung des Seminars bestand abschließend in einem eigenständig konzipierten und durchgeführten Interview mit Persönlichkeiten aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur. Ein sehr interessanter Text entstand dabei z.B. von Nico Dapperheld und Till Letzel. Die beiden Studierenden sprachen mit Tobias Schüle, dem CEO von »foodspring«, einem Premiumanbieter für sogenanntes »Functional Food«, über das neue Bewusstsein der Gesellschaft sowie die Möglichkeiten nachhaltiger Ernährung.



Master Sportpsychologie

Am Puls des Erfolgs

Regelmäßig begrüßen wir an der BSP berühmte Persönlichkeiten aus der Welt des Sports in der Siemens Villa. Im Frühjahr 2017 hielt die Skisprunglegende Toni Innauer einen Vortrag mit dem Titel: »Am Puls des Erfolgs«. Mit seinem Rückzug aus den Verantwortungsbereichen als Trainer und verantwortlicher Rennsportdirektor des Österreichischen Skiverbands setzte der Skisprunggoldolympiasieger in einem neuen Lebensabschnitt andere Schwerpunkte in seinem beruflichen Leben. Mit großem Erfolg begleitet er Athleten auf ihrem Weg zum Profi, ist Speaker und Coach zu den Themenkomplexen Teambuilding, Persönlichkeitsentwicklung, Erfolg, Fehlerkultur sowie erfolgreicher Unternehmer im Bereich der Organisationsentwicklung. Regelmäßig steht er dem ZDF als Experte bei Skisprungübertragungen zur Verfügung. Als überzeugender Redner nimmt er sein Publikum mit auf eine faszinierende Reise in die Welt des Erfolgs. Als Philosoph entwickelt er in seinen Reden einen Reflexionsgrad, der zur Nachdenklichkeit anregt und zu kritischen Fragen Anlass gibt. Innauer demonstriert, wie es gelingt trotz Erfolg immer noch Mensch zu bleiben – vielleicht eine seiner größten Leistungen. Im Anschluss an den sehr gut besuchten Vortrag, an dem viele BSP- und MSB-Studierende teilnahmen, setzte sich Toni Innauer noch in kleiner Runde mit den Studierenden des Masterstudiengangs Sportpsychologie/Sportpsychologische Beratung und Studiengangsleiter Prof. Dr. Andreas Marlovits zusammen und nahm sich Zeit für tiefergehende Diskussionsthemen.

Rückblick in Bilder



Welcome Days

Am 30. März 2017 haben wir im Konzertsaal der Siemens Villa unsere neuen Studierenden an der BSP begrüßt – herzlich willkommen, wir wünschen Ihnen eine wunderbare Studienzzeit.





Absolventenverabschiedung

Am 1. April 2017 durften wir die Absolventen der Bachelorstudiengänge Wirtschaftspsychologie, Business Administration, Kommunikationsmanagement, Internationale Betriebswirtschaft, Modemarketing sowie der Masterstudiengänge Business Administration, Wirtschaftspsychologie, Medienpsychologie und Sportpsychologie feierlich verabschieden. Wir wünschen Ihnen alles Gute und viel Erfolg auf Ihrem weiteren Lebensweg.



Sommerfest – Semesterausklang

Am 20. Juli 2017 ließen wir das Semester im Park der Siemens Villa mit einem Grillfest sommerlich ausklingen. Unser legendäres Volleyball-Turnier mit Lehrenden und Studierenden verhielt Spaß, Sportlichkeit und Zusammenhalt.





StuRa Semesterparty

Am 21. Februar 2017 feierten wir gemeinsam mit den Studierenden der MSB die StuRa Semesterparty. Unter dem Motto »Snow White« wurde im Puro auf dem Dach des Europa-Centers in Berlin Charlottenburg getanzt und gelacht.

BSP Semesterplaner

Wintersemester 2017/2018

Oktober 2017

5.-6.10.
Welcome Days

9.10.
Beginn der Lehre

12.-13.10.
Gesundheitstage der MSB

14.10.
Messe Stuzubi

27.10.
Wahl studentischer Kurssprecher

30.10.
Bewerbungsfrist Jakobsweg-Projekt

November 2017

6.11.-22.12.
Nachprüfungszeitraum

8.11.
Info-Veranstaltung
Abschlussarbeit (Bachelor)

9.11.
StuRa-Meeting
Info-Veranstaltung
Abschlussarbeit (Master)

10.-11.11.
Messe Einstieg Berlin

17.11.
Bewerbungsfrist studentischer
Forschungspreis
Bewerbungsfrist für
BSP-Stipendien

18.11.
Offener Campustag

Dezember 2017

5.12.
Messe Master and More

7.12.
Weihnachtsevent

18.12.-5.1.
Weihnachtsferien

Januar 2018

11.1.
Gründercampus

25.1.
StuRa-Meeting

27.1.
Offener Campustag

Februar 2018

15.2.
StuRa-Meeting

24.2.
Offener Campustag
Messe Stuzubi

26.2.-29.3.
Nachprüfungszeitraum

März 2018

10.-11.3.
Messe HORIZON

12.-30.3.
Prüfungszeitraum

28.3.
Absolventenverabschiedung

Impressum

BSP Business School Berlin GmbH
Hochschule für Management

Calandrellistraße 1-9 · 12247 Berlin
Telefon 030. 766 837 5-100 · Telefax 766 837 5-119
info@businessschool-berlin.de
Facebook.com/BSPBusinessSchoolBerlin

Herausgeber & V.i.S.d.P.

Ilona Renken-Olthoff,
Geschäftsführerin

Textredaktion

Lisa Schimmelpfennig

Bildredaktion

Nicola Sernow

Layout & Design

Nicola Sernow

Bildnachweis

BSP Studierende, Mitarbeiter und Lehrende: Seiten 14/15, 22/23, 25, 26, 28/29, 32-35, 36/37, 50-55, 62-68, 70/71, 72; ALBA Fotograf Florian Ulbrich: Seiten 18-21; MWE-Presseinformation Fotograf David Marschalsky: Seiten 38/39; b.a.r.e. Fotograf Steve Stebner: Seite 56-59; Parham Khorrami: Seiten 16/17, 46-49, 74-81; Thanks to Pixabay: Umschlag (Cover/Rückseite), Seiten 5-9, 11-13, 30/31, 44/45

Auflage

2.500

Für die Richtigkeit aller Angaben übernimmt die Redaktion keine Gewähr. Die Redaktion setzt voraus, dass ihr zur Veröffentlichung zur Verfügung gestelltes Material frei von Rechten Dritter ist. Vervielfältigung bedarf der Genehmigung der Redaktion.

businessschool-berlin.de

