



Business School Pforzheim

Insights



International Insights

Vorwort



Liebe Leserin, lieber Leser,

in der Frühjahrsausgabe unseres Online-Magazins "Business School Pforzheim – Insights" blicken wir auf das Wintersemester 2025/2026 zurück. Wie gewohnt haben wir alle Inhalte den Werten der Business School – [#international](#), [#praxisnah](#), [#nachhaltig](#), [#interdisziplinär](#) und [#persönlich](#) – zugeordnet.

Das Schwerpunktthema "International Insights" zieht in dieser Ausgabe ein erstes Resümee der Entwicklung unserer rein englischsprachigen Studiengänge seit deren Einführung zum Wintersemester 2024/2025.

Außerdem gewinnen Sie spannende Einblicke in aktuelle Forschung und Lehre und erfahren, welche Impulse unsere Alumni auf dem Campus und in der Praxis setzen.

Die nächste Ausgabe von "Business School Pforzheim – Insights" wird im Herbst 2026 das Sommersemester 2026 Revue passieren lassen.

Wenn Sie in kürzeren Abständen über aktuelle Themen und Nachrichten aus der Business School informiert bleiben möchten, registrieren Sie sich für unser neues Newsletterformat "Business School Pforzheim – Up to Date": [Up to Date bleiben](#)

Viel Freude beim Lesen.

Ihr Dekanat
Thomas Cleff, Claudius Eisenberg,
Nadine Lindstädt-Dreusicke und Harald Strotmann

Inhalt "Business School Pforzheim - Insights"

Im Fokus: International Insights	4	#interdisziplinär	
		Feierlicher Studienabschluss: "Laudatio"	28
		Studium Generale	29
#international		#persönlich	
Eduniversal 2025	6	Neu an der Business School / Abschied von der Business School	30
Internationale Zusammenarbeit für Nachhaltigkeit	7	Ausgezeichnet	31
American Privacy Rights Acts	8	Gastprofessoren-Interviews	33
Global Supply Chain Management	9	Alumni im Interview	39
#praxisnah		Was war, was kommt?	
Studierendenprojekte und Abschlussarbeiten	10	Mehr Raum für Ideen	44
Exkursionen	16	Filmreif: Hochschulorchester	45
Transfer: Praxisimpulse von Alumni	17	Preise, Politik und Konsum	46
#nachhaltig		Keep on gaining insights!	47
7. Symposium „Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz“	24		
Klimaresilientes Gebäudemanagement	25		
Abfallwirtschaft 2.0	26		
Bibliothek der Dinge	27		

Einblicke in die englischsprachigen Studienprogramme der Business School

Seit der großen Curriculumsreform im Jahr 2024 hat sich die Business School Pforzheim international deutlich weiterentwickelt. Mit dem Ziel, Digitalisierung und Internationalisierung in allen Studiengängen zu stärken, entstand eine zweite strategische Säule, die heute – zwei Jahre später – das Profil der Fakultät für Wirtschaft und Recht maßgeblich prägt: die Einführung und Etablierung der englischsprachigen Studienprogramme.

Ein Viertel des Studienangebots auf Englisch

Seit dem Wintersemester 2024/2025 bietet die Business School sechs vollständig englischsprachige Programme an. Neben dem bereits existierenden MBA International Management starteten fünf weitere Studiengänge komplett auf Englisch, drei davon im Bachelor- und zwei im Masterbereich. Damit werden rund 25% des gesamten Studienprogramms in englischer Sprache angeboten. Die Programme richten sich sowohl an inländische Bewerberinnen und Bewerber mit internationaler Orientierung als auch an qualifizierte Studieninteressierte aus dem Ausland, die für ihr Studium und den Einstieg in den deutschen Arbeitsmarkt nach Deutschland kommen möchten. Diese Öffnung schuf erstmals einen großen Zugang für internationale „degree seeking students“, die ohne deutsche Sprachkenntnisse ins Studium starten können und ihre Kenntnisse im Laufe des Studiums aufbauen. Gleichzeitig bereichert die zunehmend interkulturelle Zusammensetzung der Studierendenschaft das Studium auf dem Campus in Pforzheim.

Internationalisierung als strategisches Fundament

Die Einführung der englischsprachigen Studiengänge knüpft an eine lange Entwicklung der Internationalisierungsstrategie an: englischsprachige Lehrveranstaltungen in nahezu allen Programmen, ein großes Netzwerk von über 100 Partnerhochschulen sowie jährlich rund 200 Austausch-

studierende aus dem Ausland auf dem Campus der Business School. Bereits 2024 verbrachten über 40% der Pforzheimer Studierenden ein Semester im Ausland oder schlossen ein Double Degree ab – eine Entwicklung, die sich bis 2026 weiter stabilisiert hat.

Mit dem Ausbau der englischsprachigen Programme erhielt diese Strategie einen weiteren bedeutenden Impuls. Professor Dr. Harald Strotmann, der die Internationalisierung maßgeblich begleitet, betonte bereits damals das Ziel, die besten internationalen Talente für den deutschen Arbeitsmarkt zu gewinnen und auf eine global geprägte, digitale Arbeitswelt vorzubereiten. Die Einführung der englischsprachigen Studiengänge hat die Business School Pforzheim seit 2024 nachhaltig geprägt. Sie stärkt die Attraktivität der Fakultät für internationale Talente, erweitert die kulturelle Vielfalt auf dem Campus und verankert das Profil einer modernen, global ausgerichteten Business School. Die Akkreditierungen durch AACSB und EFMD untermauern die internationale Ausrichtung der Business School und stärken als anerkannte Qualitätssiegel ihre internationale Sichtbarkeit.

Die Programme im Überblick

Im Bachelorbereich wurden seit 2024 drei Programme neu bzw. weiterentwickelt:

- BBA/International Marketing
- BBA/International Business

- BBA/Digital Business Management
Sie setzen auf englischsprachige Lehre, interkulturelle Teamarbeit und den Erwerb praxisrelevanter Soft Skills. Deutschkenntnisse müssen erst zum Studienabschluss nachgewiesen werden. Im Masterbereich wurde das Angebot ebenfalls internationaler und fachlich breiter:
- Der MBA International Management, der bereits 1996 den ersten Jahrgang Studierender aufnahm, bleibt ein global anerkanntes Aushängeschild und zieht noch mehr internationale Young Professionals an.
- Der Master Corporate Communication Management stellte zum Wintersemester 2024/2025 seine Unterrichtssprache vollständig auf Englisch um und reagiert damit auf die zunehmend internationale Kommunikationspraxis in Unternehmen.
- Neu hinzu kam der Master Digital Business Management, der Kompetenzen für die digitale Transformation in Unternehmen vermittelt.

Insights aus den Studiengängen

Bachelor International Marketing

„Die internationale Zusammensetzung unserer Studierenden hat sich vom 1. zum 2. Jahrgang verändert: Während der Jahrgang zum Wintersemester 2024/2025 unter anderem Studierende aus Korea, der Türkei und der Ukraine umfasste, kamen sie zum Wintersemester 2025/2026 etwa aus Italien, Griechenland, der Slowakei, In-

dien und Rumänien. In den Studienleistungen zeigen sich keinerlei Unterschiede zu Studierenden mit deutscher Hochschulzugangsberechtigung.“

Professorin Dr. Nadine Walter, Studiengangleiterin Bachelor International Marketing

„Das englischsprachige Studium eröffnet vielen den Weg nach Deutschland, auch ohne Deutschkenntnisse. Als internationaler Studierender, der eine deutsche Schule im Ausland besucht hat, habe ich in Pforzheim eine Umgebung gefunden, die mir den Einstieg enorm erleichtert hat. In meinen ersten Semestern habe ich nicht nur fachlich unglaublich viel gelernt, sondern auch viele tolle Menschen kennengelernt, die meinen Studienalltag bereichern haben. Dank des internationalen Aufbaus des Studiengangs verbringe ich aktuell ein Jahr in Mexiko – eine Erfahrung, durch die ich mich akademisch wie persönlich weiterentwickeln kann. Wenn hier von International Marketing die Rede ist, dann wird genau das auch gelebt.“

Rodrigo Calí, Studierender im Bachelor International Marketing aus Guatemala, Studienbeginn Wintersemester 2024/2025

Bachelor International Business

„Internationalität prägt unseren Bachelor seit vielen Jahren: Die meisten unserer Studierenden verfügen über mehrere Staatsangehörigkeiten oder eine multikulturelle Herkunft. Seit der Umstellung auf Englisch konnten wir zudem neue Regionen erreichen, darunter Studierende aus Senegal und Kamerun – trotz der zusätzlichen

Sprachanforderung in Französisch oder Spanisch. Im vergangenen Wintersemester hatten wir drei Studierende aus Afrika, die ihr Studium sehr engagiert und erfolgreich fortsetzen. Einer von ihnen wurde bereits für ein Double Degree an der IESEG in Frankreich ausgewählt – ein Beispiel dafür, wie unser IB-Programm internationale Chancen eröffnet.“

Professorin Dr. Véronique Goehlich, Studiengangleiterin Bachelor International Business

„Ich habe mich für den englischsprachigen Studiengang entschieden, weil er ein wirklich internationales Umfeld bietet und die Professorinnen und Professoren komplexe Inhalte klar und verständlich vermitteln. Besonders bereichernd war für mich der Austausch mit Studierenden aus vielen Ländern und das Entstehen eines vielfältigen Freundeskreises. Als Tutor im SIK-Programm konnte ich zudem Erst- und Zweitsemester beim erfolgreichen Studienstart unterstützen. Internationalen Studierenden würde ich raten, offen zu bleiben, neue Menschen kennenzulernen und gemeinsame Aktivitäten zu nutzen – so wächst man sprachlich und kulturell und genießt die Zeit in Pforzheim über das Studium hinaus.“

Abdourahmane Diallo, Studierender im Bachelor International Business aus Senegal, Studienbeginn Wintersemester 2024/2025

Bachelor Digital Business Management

„Die internationale Zusammensetzung der Studierendenschaft hat sich mit der Umstellung vom Studiengang Digital Enterprise Management auf Digital Business Management leicht verändert: Der Anteil internationaler Studierender hat zwar tendenziell leicht abgenommen, wir nehmen aber eine zunehmende kulturelle Diversität innerhalb der Studierenden wahr – unabhängig von der Nationalität. Besonders positiv ist die Bewerberlage: Die letzten beiden Intakes waren stark nach-

gefragt, alle Studienplätze konnten problemlos besetzt werden – ein Zeichen für die hohe Attraktivität des Programms.“

Andreas Schneider, Koordinator für KI-Strategie und Anwendung in Forschung und Lehre, zuvor Akademischer Mitarbeiter im Bachelor Digital Business Management

MBA International Management

„Ich habe mich entschieden, den MBA in International Management an der Hochschule Pforzheim zu absolvieren, um meinen Horizont zu erweitern und meine Führungskompetenzen weiterzuentwickeln. Die AACSB-Akkreditierung des Programms war für mich ein klares Signal für hohe akademische Standards und internationale Anerkennung. (...) Die Zusammenarbeit mit einer vielfältigen, international zusammengesetzten Studierendengruppe hat bereits jetzt mein kulturelles Verständnis sowie meine Teamfähigkeit deutlich erweitert. Ich freue mich darauf, dieses Studium zu nutzen, um nachhaltige Veränderungen voranzutreiben und einen bleibenden Beitrag im internationalen Business zu leisten.“

Mathews Mukire, Studierender im MBA International Management aus Kenia, Studienbeginn Wintersemester 2024/2025

Master Corporate Communication Management

„Die Internationalisierung ist gelebter Perspektivenwechsel, die Interkulturalität bereichert, für Studierende wie Lehrende gleichermaßen. Bei uns im Master Corporate Communication Management tragen Menschen aus mehr als einem Dutzend Nationen dazu bei.“

Professor Dr. Felix Krebber, Studiengangleiter Master Corporate Communication Management

„Vom ersten Tag im MCCM an war ich beeindruckt von der vielfältigen Mischung aus Kulturen, akademischen Hintergründen und beruflichen Erfahrungen meiner Kommilitonen. Diese Vielfalt hat

ein dynamisches und kooperatives Umfeld geschaffen, das ich als unglaublich bereichernd empfinde.“

Sunchai Kongtanglitt, Studierender im Master Corporate Communication Management aus Thailand, Studienbeginn Wintersemester 2024/2025

„Im MCCM lernt man die Welt kennen. In diesem Studiengang kommt man mit Studierenden und Kulturen aus verschiedenen Ländern in Kontakt und wird, vielleicht ohne es zu merken, zu einem „multilingual player“. (...) Die Kombination aus theoretischen und praktischen Lehrmodellen ermöglicht einem eine schnelle Integration in internationale Märkte.“

Siyu Qiu, Studierende im Master Corporate Communication Management aus China, Studienbeginn Wintersemester 2024/2025

Master Digital Business Management

„Die internationale Zusammensetzung der Bewerberinnen und Bewerber hat sich vom ersten zum zweiten Intake erneut verändert: Während im ersten Auswahlverfahren vor allem asiatische Länder vertreten waren, zeigte sich im zweiten Intake ein deutlich stärkeres Interesse aus Südamerika – insbesondere aus Mexiko. Mit der gestiegenen Bewerberanzahl und spürbar weniger Visa-Herausforderungen waren im zweiten Jahrgang zudem alle Studierenden pünktlich zum Studienbeginn vor Ort. Insgesamt zeigt sich in beiden Kohorten eine sehr hohe Motivation; der zweite Intake wirkt fachlich, interdisziplinär und interkulturell noch passgenauer auf das Programm abgestimmt.“

Professor Dr. Mario Boßlau, Studiengangleiter Master Digital Business Management

„Ich wollte einen Studiengang finden, der mein wirtschaftswissenschaftliches Profil mit meiner

Leidenschaft für Innovation, Digitalisierung und KI verbindet. Im Master Digital Business Management habe ich genau das entdeckt. Besonders schätze ich die Interdisziplinarität und das multikulturelle Umfeld – hier lernt man wirklich in einem kosmopolitischen Setting. Pforzheim hat mich sofort überzeugt, vor allem der Campus und die Atmosphäre. Mein Lieblingsort ist der Wildpark, wo ich oft meditiere, und während der Prüfungsphasen arbeite ich gerne in der Bibliothek mit ihrer tollen Aussicht.“

Abdessamad Bouali, Studierender im Master Digital Business Management aus Italien / Marokko, Studienbeginn Wintersemester 2025/2026

„Mein Erasmus-Semester war für mich ein Wendepunkt – die akademische Qualität und die offene internationale Atmosphäre haben mich so überzeugt, dass ich für den Master nach Pforzheim zurückgekehrt bin. Besonders schätze ich die interdisziplinäre Ausrichtung des Programms, in dem digitale Innovation und Management zusammenkommen, sowie die vielfältigen Perspektiven meiner Kommilitoninnen und Kommilitonen. (...) Die Hochschule bietet ein unglaublich unterstützendes und motivierendes Umfeld, in dem man sowohl akademisch als auch persönlich wachsen kann.“

Yaren Virlan, Studierende im Master Digital Business Management aus der Türkei, Studienbeginn Wintersemester 2024/2025

➤ Weitere Stimmen internationaler Studierender aus dem MCCM: Website BusinessPF
➤ Weitere Stimmen internationaler Studierender aus dem MBA International Management Website BusinessPF
➤ Weitere Stimmen von International Degree Students Website BusinessPF

#international

Eduniversal 2025: Business School erhält „4 Palmes of Excellence“ und steigt in die Liga der TOP Business Schools auf

Die Fakultät für Wirtschaft und Recht (Business School) der Hochschule Pforzheim ist im Eduniversal-Ranking 2025 in die Liga der Top Business Schools aufgestiegen: Mit der Auszeichnung „4 Palmes of Excellence“ belegt sie in dieser Kategorie Platz 7 und ist zugleich Nummer 1 unter den deutschen Hochschulen für Angewandte Wissenschaften in Deutschland. Das Prädikat „4 Palmes of Excellence – TOP Business School“ steht für Hochschulen mit starker internationaler Ausstrahlung und umfangreicher globaler Aktivität sowie für ausgezeichnetes akademischen Niveau.



Business School Pforzheim erreicht „4 Palmes of Excellence“ im Eduniversal-Ranking 2025.

„Dass wir im Eduniversal-Ranking noch einmal aufgestiegen sind und nun erstmals zu den Top Business Schools gehören, ist ein großer Erfolg für unsere gesamte Hochschule. Die Spitzenposition unter allen HAWs verdeutlicht, wie konsequent wir Qualität in der Lehre leben und kontinuierlich weiterentwickeln. Dieser erneute Sprung nach vorne zeigt, dass wir im internationalen Vergleich ganz vorne mitspielen – und das ist eine außergewöhnliche Teamleistung“, freut sich Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz über das starke Abschneiden. „Der Aufstieg in die „4 Palmes“-Kategorie unterstreicht unsere international gewachsene Reputation, unsere bedeutenden Akkreditierungen und die enge Vernetzung mit Wirtschaft und akademischen Partnern weltweit. Er steht zugleich für unseren kontinuierlichen Anspruch an Exzellenz in Lehre und Forschung, unsere klare Orientierung an globalen Anforderun-

gen und bekräftigt unseren Weg, die Studienprogramme weiter international auszubauen“, unterstreicht Professor Dr. Thomas Cleff, Dekan der Fakultät für Wirtschaft und Recht.

Das Eduniversal-Ranking basiert auf einer Umfrage unter Rektoren und Dekanen von insgesamt 1.000 Business Schools weltweit. Für jedes Land geben diese an, welche Business School sie einem Studieninteressierten empfehlen würden, der in diesem Land studieren möchte. Somit spiegelt die Rangliste das internationale Ansehen der Business Schools eines Landes wider. Die in das Ranking aufgenommenen 1.000 Hochschulen werden zuvor von einem internationalen akademischen Komitee anhand quantitativer und qualitativer Kriterien ausgewählt.

➤ Website BusinessPF

Internationale Zusammenarbeit für Nachhaltigkeit: Forschungsaufenthalt an der ISCTE Lissabon



INEC-Forschungsaufenthalt an der ISCTE Lissabon im Rahmen des HERE-Projekts

Im Rahmen des Projekts „HERE – Higher Education for Resilient Economy“, verbrachten Anina Kusch und Annika Pruhs vom Institut für Industrial Ecology (INEC) der Hochschule Pforzheim zwei inspirierende Wochen an der ISCTE – University Institute of Lisbon. Der Forschungsaufenthalt bot spannende Einblicke in laufende Projekte und zeigte, wie wichtig die Verantwortung aller gesellschaftlichen Akteure für eine nachhaltige Beziehung zwischen Gesell-

schaft und Umwelt ist. Themen wie Ressourcenschonung, Kreislaufwirtschaft und Klimaanpassung wurden interdisziplinär diskutiert. Die offene Atmosphäre und der internationale Austausch verdeutlichten den hohen Wert globaler Zusammenarbeit für Forschung und persönliche Weiterentwicklung.

➤ Website BusinessPF

Inspirierender **Forschungsworkshop** mit Professor Dipayan Biswas



Dipayan Biswas (links im Bild) in Pforzheim

Im Dezember 2025 begrüßte die Business School Pforzheim Dipayan Biswas, Professor der University of South Florida sowie Co-Chefredakteur des Journal

of Business Research, zu einem zweitägigen Forschungsworkshop. Mit seinen fundierten Impulsen, dem intensiven Austausch und seinem ausführlichen Feedback schuf er eine inspirierende Arbeitsatmosphäre für alle Teilnehmenden. Professor Biswas betonte, wie sehr er die interaktiven und durchdachten Diskussionen sowie die Zusammenarbeit mit der Gruppe von Wissenschaftlern schätzte.

➤ LinkedIn

Von Pforzheim nach **Straßburg**: Interkultureller Austausch in Politik und Schmuckdesign

Im Rahmen der Vorlesung „La France aujourd'hui“ besuchten französischsprachige IB-Studierende den Campus der ESSCA School of Management in Straßburg. Gemeinsam mit ihren französischen Partnern arbeiteten sie an Projekten zur Schmuckbranche in beiden Ländern und vertieften ihre Sprachkenntnisse. Ein Highlight war die

Besichtigung des Europarats. Beim Gegenbesuch in Pforzheim erkundeten beide Gruppen die EGF Eheringmanufaktur – Deutschlands größte Produktionsstätte für Trauringe.

➤ Instagram

Entwurf des "American Privacy Rights Acts": Datenschutz in **Amerika**

Wie funktioniert Datenschutz in den USA – und wie soll er künftig funktionieren? Ein neues Papier in der Schriftenreihe des vunk beleuchtet einen Gesetzesentwurf, der als Meilenstein für den amerikanischen Datenschutz gelten könnte.

Im April 2024 kündigte der Ausschuss für Energie und Handel der Vereinigten Staaten den American Privacy Rights Act (APRA) an – ein Gesetzesentwurf, der Amerikanerinnen und Amerikanern grundlegende Datenschutzrechte geben und das bisherige Flickwerk aus einzelstaatlichen Regelungen ablösen soll. Viele Beobachter werten ihn als historischen Schritt. APRA wäre das erste umfassende US-Bundesdatenschutzgesetz in einer Landschaft, die bislang von vielen lokalen und sektorspezifischen Vorschriften dominiert wird. Frühere Versuche sind jedoch immer wieder gescheitert.

In ihrem Beitrag „Der Entwurf des American Privacy Rights Acts (APRA)“ zeigt Lisa Bolin, LL.B., wie der Entwurf in das bestehende US-Datenschutzgefüge passt und wie er sich im Vergleich zur DSGVO positioniert. Ihr Fazit: Der APRA setzt auf einem hohen Datenschutzniveau an und enthält zahlreiche europäisch anmutende Elemente. Ob er sich im politischen Prozess tatsächlich durchsetzen kann, bleibt jedoch offen. Die vollständige Analyse von Lisa Bolin ist in der Schriftenreihe des vunk erschienen.

➤ Website HSPF

Partnerhochschule SCIT zu Besuch in Pforzheim: Vertiefung einer langjährigen Kooperation

Im Dezember 2025 waren hochrangige Vertreter der langjährigen Partnerhochschule SCIT (Symbiosis International University) aus Pune, Indien, zu einem intensiven Arbeits- und Austauschbesuch zu Gast auf dem Pforzheimer Campus.

Im Zentrum standen die Vertiefung der akademischen Zusammenarbeit sowie neue Perspektiven in den Bereichen Wirtschaftsinformatik, Process Mining und Künstliche Intelligenz. Professor Dr. Frank Morelli, Professorin Dr. Rebecca Bulander und Professor Dr. Manuel Fritz von der Hochschule Pforzheim diskutierten dabei mit den indischen Kollegen Professor Dr. S. Vijaykumar Bharathi und Professor Dr. Mandaar Pande aktuelle Entwicklungen in Lehre und Forschung und entwickelten neue Kooperationsideen. Fachlich standen besonders die Potenziale von Process Mining und künstlicher Intelligenz im Fokus. Hier wurden kon-

krete Ansätze für gemeinsame Projekte eruiert, etwa internationale Fallstudien, Masterprojekte oder neue Veranstaltungsformate im Bereich datengetriebener Anwendungen. Ein zentrales Ziel der Partnerschaft ist es, Studierenden beider Hochschulen internationale Lernerfahrungen zu ermöglichen. Durch den Austausch zwischen Pforzheim und Pune erhalten sie Zugang zu neuen fachlichen Impulsen und Anwendungen in digitalen Zukunftsfeldern und damit zu wertvollen Perspektiven für ihre akademische und berufliche Entwicklung.

➤ Website BusinessPF



Besuch aus Pune: Austausch zu Digitalisierung, Process Mining und KI

Global Supply Chain Management: Wie globale Lieferketten den Alltag prägen

Globale Lieferketten bilden das Rückgrat unseres alltäglichen Lebens – von Lebensmitteln über Medikamente bis hin zu Kleidung und technischen Geräten. Im Kurs Global Supply Chain Management vermittelten Professor Dr. Frank Schätter von der Business School Pforzheim und Gastprofessor Hendrik Reefke von der Cranfield University (UK) den Studierenden des MBA International Management ein fundiertes Verständnis dafür, wie diese komplexen Netzwerke funktionieren und warum sie für Wirtschaft und Gesellschaft so entscheidend sind.

In mehreren aufeinander aufbauenden Sessions lernten die Teilnehmenden grundlegende Konzepte wie Beschaffung, Produktion, Logistik, Lagerhaltung und internationale Koordination kennen. Dank einer klaren Struktur und vieler praktischer Beispiele konnten auch Studierende mit unterschiedlichen fachlichen Hintergründen ein gemeinsames Verständnis für globale Lieferketten entwickeln und theoretische Inhalte mit realen Unternehmensprozessen verknüpfen. Besonders eindrücklich war der Blick auf die Relevanz von Lieferketten im Alltag: Die MBA-Studierenden analysierten, wie stark die Verfügbarkeit und der Preis von Gütern von funk-

tionierenden globalen Netzwerken abhängen – und wie schnell sich Störungen spürbar auf das Leben von Verbraucherinnen und Verbrauchern auswirken. Zum Abschluss arbeiteten die Studierenden in Gruppen zu aktuellen Themen wie Kreislaufwirtschaft und Nachhaltigkeit, Risikomanagement sowie daten- und KI-gestützten Lieferketten. Mit interaktiven Formaten wie Quizzes, kurzen Szenen und offenen Fragerunden bezogen sie die gesamte Gruppe ein, vertieften ihr Verständnis für moderne Herausforderungen und stärkten gleichzeitig wichtige Kompetenzen wie Teamarbeit, Kommunikation und kreatives Denken. Der Kurs verband auf ge-



MBA-Studierende vertiefen im Kurs Global Supply Chain Management die Bedeutung globaler Lieferketten für den Alltag

lungene Weise wissenschaftliche Grundlagen mit realer Praxis und zeigte, wie zentral globale Lieferketten für moderne Volkswirtschaften und das tägliche Leben sind – eine wert-

volle Vorbereitung für zukünftige akademische und berufliche Wege.

➤ Website BusinessPF

KI zwischen Kreativität und kritischem Denken: Studierende für die Zukunft der Kommunikation befähigen

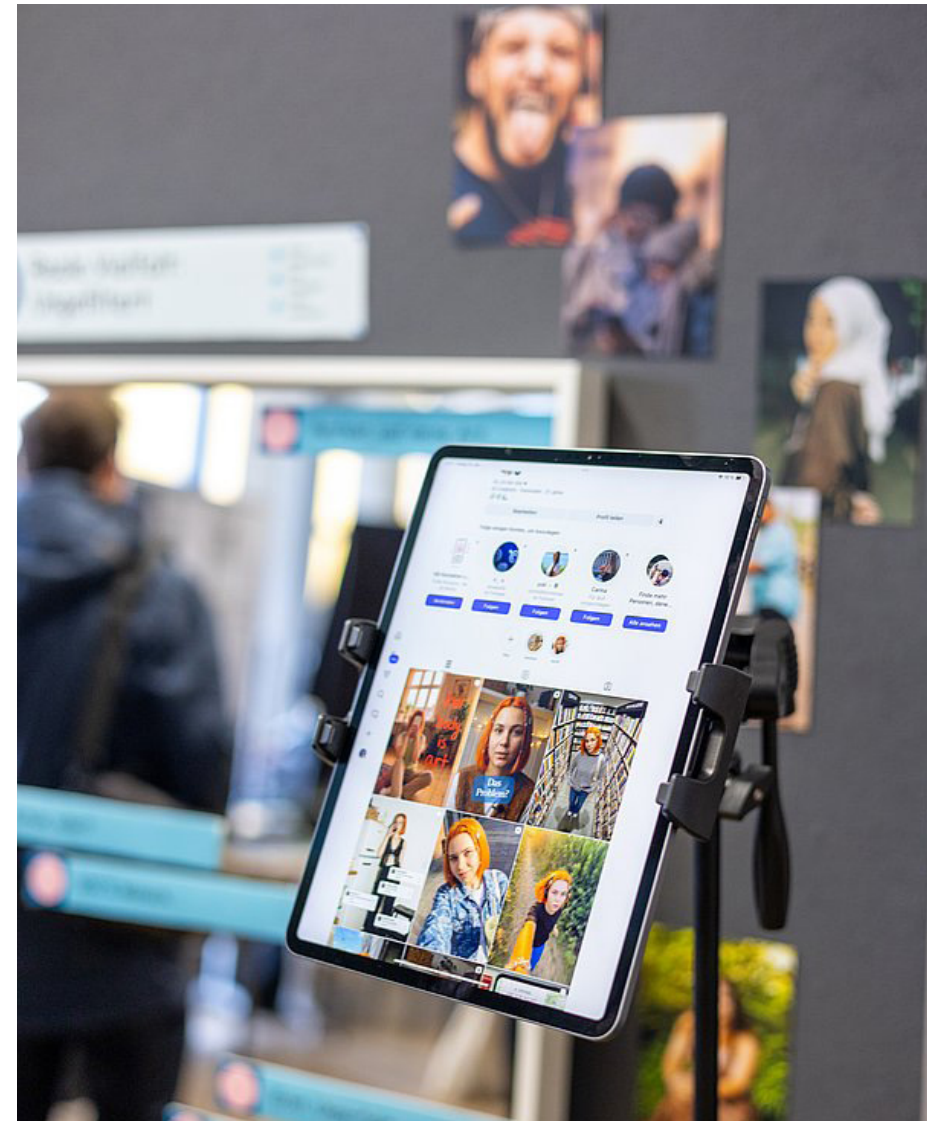
Künstliche Intelligenz verändert die Art und Weise, wie wir lernen, gestalten und kommunizieren – eine Entwicklung, die an der Hochschule Pforzheim aktiv gestaltet wird. Gleich zwei aktuelle Projekte zeigen, wie Studierende der Business School und insbesondere des Masterstudiengangs Creative Communication & Brand Management (MCM) die Potenziale und Herausforderungen dieser Technologien nicht nur theoretisch verstehen, sondern praktisch erforschen und kritisch reflektieren.

Im Kurs KI und Kreativität beschäftigten sich die Masterstudierenden mit zentralen Fragen der Zukunft kreativer Arbeit: Wie verändert künstliche Intelligenz kreative Prozesse? Wo liegen ihre Grenzen? Und wie kann man KI als Werkzeug nutzen, ohne den menschlichen Feinschliff zu verlieren? Unter der Leitung des Lehrbeauftragten Benjamin Bertram trainierten die Studierenden ein eigenes KI-Modell, stellten kritische Rückfragen zur Funktionsweise generativer Systeme und untersuchten, wie sich KI als Kreativpartner verhält. Die Ergebnisse präsentierte der Kurs in einer eindrucksvollen Vernissage an der Hochschule.

Die Projekte waren vielfältig: Einige Studierende entwickelten KI-gestützte Produktdesigns, andere arbeiteten an fiktiven, KI-generierten Erinnerungen oder setzten sich mit der Frage auseinander, wie Authentizität in sozialen Medien entsteht – etwa durch die virtuelle Influencerin „Aila Veto“. Wieder andere widmeten sich der Mensch-Maschine-Co-Creation und zeigten, wie KI kreative Prozesse beschleunigen kann, ohne den menschlichen Anteil zu verdrängen. Diese Bandbreite machte sichtbar, wie intensiv und differenziert die Studierenden die Technologie erprobt hatten. Die fünf Projektgruppen des MCM gingen den drängenden Fragen unserer Zeit nach. Welche regulatorischen Leitplanken braucht der Umgang mit KI? Reicht Gesetzgebung aus – oder fehlt es vor allem an Medienkompetenz? Wer trägt Verantwor-

tung, wenn KI-Inhalte kaum noch von echten zu unterscheiden sind? Und was bedeutet all dies für die Zukunft von Kreativität, Kommunikation und Vertrauen? Ihr Fazit war bemerkenswert eindeutig: „Der Mensch bleibt der Dirigent.“ KI könne viel, erweitere kreative Möglichkeiten und eröffne neue Perspektiven. Doch das Gespür, die Einordnung, der eigene Anspruch – all das bleibe eine zutiefst menschliche Leistung. Die Studierenden unterstrichen damit, wie essenziell es ist, KI nicht nur technisch beherrschen zu wollen, sondern sie kritisch zu reflektieren und verantwortungsvoll einzusetzen. Die Hochschule Pforzheim schafft Lernräume, in denen Studierende nicht nur technologisch experimentieren, sondern Zukunftskompetenzen entwickeln, die weit über den Einsatz einzelner Tools hinausgehen. Durch die kritische Beschäftigung mit KI, die Verknüpfung von Kreativität und Technologie und die Reflexion gesellschaftlicher Fragen leistet der Studiengang MCM einen wichtigen Beitrag zur Vorbereitung der nächsten Generation kreativer Kommunikatorinnen und Kommunikatoren. Die Projekte zeigen eindrucksvoll, wie Zukunft entsteht: durch experimentieren, hinterfragen, diskutieren – und durch die Verbindung von Know-how, Mut und Neugier.

- Website HSPF
- LinkedIn
- Instagram



Die KI-Influencerin Aila Veto zeigt, wie Authentizität und Inszenierung in sozialen Medien neu gedacht werden können. (Foto: Cornelia Kamper)

Logistikprozesse effizienter gestalten: Praxisprojekt bei HUGO BOSS



Abschlusspräsentation bei HUGO BOSS erfolgreich gemeistert

Die Projektgruppe „HUGO BOSS“ aus dem Bachelorstudiengang Einkauf, Logistik & Supply Chain Management präsentierte am 15. Januar 2026 erfolgreich die Ergebnisse ihres RFID Projekts am Standort Filderstadt.

RFID (Radio-Frequency Identification) ist eine Technologie, die Daten per Funk ausliest und so eine automatische und kontaktlose Identifikation von Produkten ermöglicht – ein wichtiger Baustein für effiziente und transpa-

rente Logistikprozesse. Im Rahmen der Abschlusspräsentation ihrer Praxisprojekte stellten die Studierenden ihre Analysen, Lösungsansätze und Erkenntnisse vor und erhielten wertvolles Feedback aus der Praxis. Die intensive

Diskussion zeigte eindrucksvoll, wie viel Know-how und Teamarbeit in den vergangenen Monaten aufgebaut wurde und welche konkreten Fortschritte im Projekt erzielt werden konnten.

➤ LinkedIn

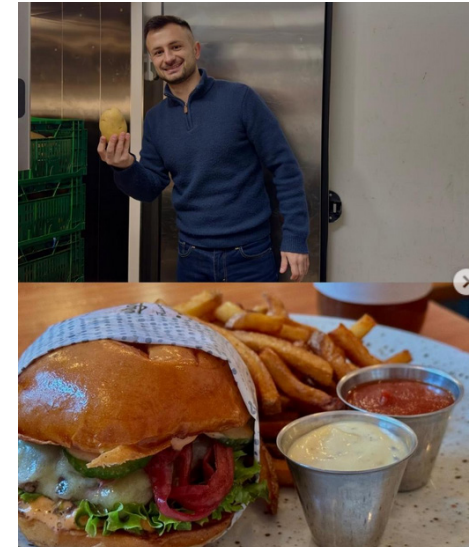
Digitale Markenpositionierung in der Praxis: Studierende entwickeln Kommunikationskonzept für DeliBurgers

Wie gelingt einer Marke ein frischer Auftritt im digitalen Raum? Mit dieser Frage beschäftigten sich Bachelorstudierende im 6. Semester des Marketingstudiums – und arbeiteten dafür mit dem Karlsruher Unternehmen DeliBurgers zusammen. Ziel der Kooperation war die Entwicklung eines digitalen Kommunikationskonzepts, das die Marke neu positioniert und ihre Sichtbarkeit nachhaltig stärkt.

Zwischen Oktober 2025 und Januar 2026 setzten die Studierenden ihr theoretisches Marketingwissen in die Praxis um: Sie führten Wettbewerbs- und Zielgruppenanalysen durch, betrachteten interne Marken- und Kommunikationsstrukturen und entwickelten darauf aufbauend strategische Empfehlungen für die digitale Markenführung. Die Ergebnisse reichten von fundierten Social-Media-Strategien über Content-Ideen bis hin zu konkreten Kommunikationsmaßnahmen.

Begleitet wurde das Projekt von Professorin Dr. Anja Forster, die die Studierenden fachlich unterstützte und den Transfer zwischen Theorie und Anwendung gezielt förderte. Das Ergebnis: durchdachte Konzepte mit echtem Mehrwert – sowohl für DeliBurgers als auch für die Studierenden, die wertvolle Einblicke in reale Unternehmensprozesse gewinnen konnten.

➤ Instagram



Digitale Markenpositionierung in der Praxis am Beispiel von DeliBurgers

Studierende geben Impulse für das **Personalmarketing** der SSB

Die Stuttgarter Straßenbahnen AG (SSB) hat als Arbeitgeber viel zu bieten – und möchte ihre Sichtbarkeit weiter stärken. Im Wintersemester 2025/2026 arbeiteten Bachelorstudierende der Business School Pforzheim unter der Leitung von Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab in fünf Lehrprojekten daran, Optimierungspotenziale im Personalmarketing zu identifizieren.

Untersucht wurden unter anderem Arbeitgeberbewertungsportale, Arbeitgeberauszeichnungen, Social Media Recruiting, der Einsatz von KI im Recruiting sowie Gamification-Ansätze. Der Austausch mit den Praktikerinnen und Praktikern aus dem HR-Bereich der SSB gab den Studierenden wertvolle Einblicke in die Praxis. Schnell wurde deutlich, dass öffentlich-rechtlich geprägte Arbeitgeber wie die SSB über viele über-

zeugende Stärken verfügen – diese müssen jedoch klarer kommuniziert werden, um bei relevanten Zielgruppen stärker wahrgenommen zu werden. Lisa Fried und Amina Soylu unterstützten seitens der SSB AG die Lehrprojekte, die wichtige Impulse für zukünftige Recruiting-Strategien hervorbrachten.

➤ Instagram



HR-Projekte bei der SSB

Von der Theorie zur Praxis: **MMI**-Studierende bearbeiten kreative KI-Projekte



MMI-Studierende entwickeln im Kurs „Introduction to AI“ kreative KI-Projekte

Im Kurs „Introduction to AI“ erhielten Studierende des Masterstudiengangs Marketing Intelligence spannende Einblicke in Perceptive, Generative und Agentic AI.

Neben theoretischen Grundlagen standen praxisnahe Anwendungen im Fokus – von Bildmodell-Training mit Teachable Machine über Gestenerkennung mit MediaPipe bis hin zur Entwicklung eigener KI-Webapps mit Streamlit.

Den Abschluss bildeten kreative Projekte, in denen die Studierenden ihr Wissen in innovativen KI-Anwendungen wie Spielen und

Emotionserkennung umsetzten. Das Modul unter der Leitung von Professor Pin Luarn, Gastprofessor von der National Taiwan University of Science and Technology, überzeugte durch die gelungene Verbindung von Theorie und Praxis und hinterließ bleibende Eindrücke.

➤ Website BusinessPF

Wie moderne HR-Modelle entstehen: Einblicke aus dem Personalmanagement-Studium

Wie ein zeitgemäßes HR-Operating-Model aussehen kann, diskutierten Studierende des Bachelorstudiengangs Personalmanagement im Januar 2026.



Einblicke in die HR-Praxis: Gastreferentin Viola Choi von BASF im Austausch mit Studierenden über die Zukunft zeitgemäßer HR-Operating-Modelle.

Während viele Unternehmen noch nach dem klassischen HR Business Partner Modell von Dave Ulrich arbeiten, zeigte sich schnell, dass neue Anforderungen, Digitalisierung und Künstliche Intelligenz zunehmend flexiblere und serviceorientiertere Strukturen erfordern.

Nach einer Einführung in das Modell von Ulrich sprach die Gastreferentin Viola Choi, Head of HR Business Partner & Culture bei BASF, über die praktischen Herausforderungen der Umsetzung. BASF arbeitet seit

den 2000er-Jahren mit dem Ulrich-Modell, überprüft es jedoch kontinuierlich und setzt heute auf eine klare Trennung von Governance und Service sowie ein konsequentes Serviceverständnis. Die Studierenden zeigten großes Interesse an den Einblicken in die moderne HR-Praxis. „Ich war begeistert von den vielfältigen und teils sehr tiefgreifenden Fragen der Studierenden“, betonte Choi im Anschluss.

➤ LinkedIn

Gemeinsam gegen Einsamkeit: MCM-Abschlussprojekt mit Fred & Komplizen und der Kulturküche Karlsruhe



MCM-Studierende präsentieren in Karlsruhe ihr Kommunikationskonzept gegen Einsamkeit

Zum Ende des Wintersemesters 2025/2026 präsentierten die Studierenden des Masterstudiengangs Creative Communication & Brand Management (MCM) ihr Praxisprojekt in Karlsruhe. In Kooperation mit der Kreativagentur Fred & Komplizen und der Kulturküche Karlsruhe entwickelten sie ein Marken- und Kommunikationskonzept für eine gesellschaftliche Initiative gegen Einsamkeit.

Im Mittelpunkt stand die „Wir“-Bewegung – ein Zeichen für Zusammenhalt, Toleranz und Zivilcourage. Ziel ist es, Menschen zu verbinden, Haltung sichtbar zu machen und neue Begegnungen zu ermöglichen. Für die Studierenden bedeutete dies, die klassische Marketingperspektive zu verlassen und ein sensibles Thema verantwortungsvoll zu gestalten. „Statt ein Produkt oder eine profitorientierte Kampagne zu entwickeln, durften wir an einem gesellschaftlich relevanten Thema mit echtem Sinn arbeiten. Die größte Herausforderung war, ein vielschichtiges Thema greifbar zu machen, ohne es schwerer zu machen. Es gab Momente des Nicht-Weiterwissens, aber genau das machte das Projekt spannend“, berichtet MCM-Studentin Masha Werner. Die Zusammenarbeit habe sie fachlich ge-

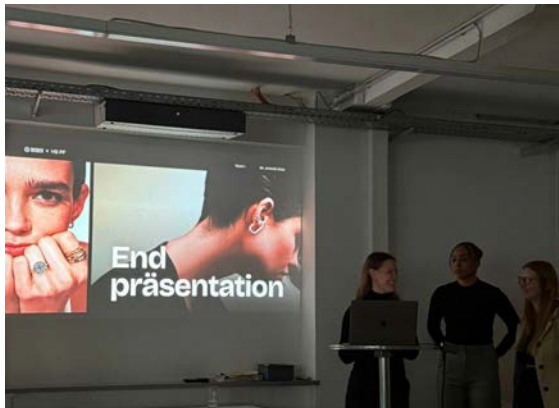
fordert und persönlich wachsen lassen. Das Projekt zeigte, wie wirkungsvoll Kommunikationsdesign im sozialen Kontext sein kann: empathisch, aktivierend und partizipativ gedacht. Die Studierenden entwickelten Strategien und kreative Ansätze, die Menschen niedrigschwellig einbinden und zugleich klare Haltung vermitteln.

Frederic Stieler und die Kulturküche Karlsruhe ermöglichten den Studierenden wertvolle Einblicke und ein reales Praxisumfeld. Die Kooperation bot ihnen die Chance, Kommunikationsstrategien für ein gesellschaftlich relevantes Anliegen zu entwickeln – mit Wirkung weit über die Hochschule hinaus.

➤ LinkedIn

Handwerk, Markenidentität und multisensorische Erlebnisse: Projektabschluss der MCM-Studierenden bei der Binder Gruppe

Zum Abschluss des Wintersemesters 2025/2026 besuchten die Studierenden des Studiengangs Creative Communication & Brand Management (MCM) die Binder Gruppe in Mönsheim, um die Ergebnisse ihres Praxisprojekts zu präsentieren. Für die Luxus schmuckmarke BINDER Jewellery entwickelten sie ein multisensorisches Eventkonzept, das die Identität der Marke und die aktuelle PERCEPTION-Kollektion erlebbar macht.



MCM-Studierende präsentieren ihr Eventkonzept bei der Binder Gruppe

Das Projekt verlangte strategisches Denken, kreatives Konzeptionsvermögen und ein feines Gespür für Markenführung. Die Studierenden analysierten die Markenwelt und übersetzten ihre Erkenntnisse in Erlebnismomente, die Kundinnen und Kunden emotional ansprechen sollen. Ein besonderes

Erlebnis bot der exklusive Blick in die Produktion: Von der Schmelze bis zur fertigen Kette konnten die Studierenden miterleben, wie präzises Handwerk und lange Tradition die Arbeit der Binder Gruppe prägen. Die Verbindung aus Manufakturkunst und modernem Markenauftritt hinterließ nachhaltigen Eindruck. Die enge Zusammenarbeit mit dem Pforzheimer Familienunternehmen zeigte, wie wertvoll der Austausch zwischen Studium und Praxis ist. Dank der Offenheit von Nick-Maximilian Binder und Viviane Helget erhielten die Studierenden ein reales Arbeitsumfeld, in dem sie ihre Fähigkeiten unmittelbar anwenden konnten. Für die MCM-Studierenden war der Besuch nicht nur der Abschluss eines Projekts, sondern ein intensiver Einblick in die Welt eines traditionsreichen Luxusunternehmens – und ein Vorgeschmack darauf, wie bedeutend strategische Kommunikation und kreative Markenarbeit in der Schmuckbranche bleiben.

➤ LinkedIn

Karriereziele neu gedacht: Wie die Schwarz Gruppe die „Relevant Set“-Herausforderung meistert

Am Stiftsberg in Neckarsulm präsentierten Masterstudierende des Studiengangs Corporate Communication Management der Business School Pforzheim ihre Ergebnisse aus einem Company Project zur Frage, wie die Unternehmen der Schwarz Gruppe den Sprung in das „Relevant Set“ von Studierenden schaffen können. Im Mittelpunkt stand die Herausforderung, nicht nur bekannt zu sein, sondern als echte Karriereadresse wahrgenommen zu werden.

Die Teams lieferten überzeugende Analysen zur aktuellen Positionierung und entwickelten kreative Strategien, um Studierende langfristig zu begleiten und eine starke Verbindung zur Schwarz Gruppe aufzubauen. Mit klaren Handlungsempfehlungen zeigten sie, wie Employer Branding die Unternehmen der Gruppe als attraktive Karriereziele sichtbar machen kann. Abgerundet wurde der Tag durch einen praxisnahen Austausch zum Einfluss von Künstlicher Intelligenz auf die Geschäftsbereiche der

Schwarz Gruppe – ein eindrucksvoller Beleg dafür, wie wertvoll das Zusammenspiel von Wissenschaft und Praxis für Zukunftsfähigkeit und Innovationskraft ist. Für alle Beteiligten war es ein inspirierender Tag, der zeigt, wie University Relations echte Talente fördert, Wissen teilt und langfristige Wettbewerbsfähigkeit stärkt.

➤ LinkedIn



MCCM-Studierende präsentieren der Schwarz Gruppe neue Strategien für Sichtbarkeit im „Relevant Set“

MBA-Studierende entwickeln Zukunftslösungen mit SAP Signavio

Im Rahmen eines Praxisprojekts arbeiteten die MBA-Studierenden der Business School Pforzheim gemeinsam mit SAP Signavio daran, wie Künstliche Intelligenz das Business Process Management nachhaltig verändert.

Dabei analysierten sie moderne Business Process Management (BPM) Tools, bewerteten deren Potenzial für Effizienzsteigerungen und entwickelten strategische Ansätze, wie Unternehmen KI künftig gezielt einsetzen können. Das Projekt zeigte, wie eng Theorie und Praxis verzahnt werden können: Die Studierenden sammelten hands-on Erfahrungen im AI-driven BPM und schärften gleichzeitig ihre

Fähigkeiten in Analyse, Strategieentwicklung und technologischem Verständnis. Dank der fachlichen Einblicke von Dr. Andreas Lindenblatt, Adriana Rotaru und Dina Abdelhady erhielten sie eine realistische Perspektive auf aktuelle Herausforderungen und Innovationspotenziale im BPM-Umfeld. Das studentische Projektteam Aditya Padhy, Jannath M., Ling Feng (ELLE) und Rashi Jaipuriyar

überzeugte dabei mit klaren Analysen und kreativen Zukunftsideen. Dieses Projekt verdeutlicht, wie praxisnah und innovationsorientiert das MBA-Programm der Hochschule Pforzheim aufgestellt ist und wie wertvoll die Zusammenarbeit mit führenden Technologieunternehmen für die Ausbildung zukünftiger Führungskräfte sein kann.

➤ LinkedIn



MBA-Studierende entwickeln mit SAP Signavio KI-gestützte BPM-Lösungen.



MCCM-Studierende präsentieren bei Ferrero ihre Kommunikationsstrategien

Kommunikation trifft Praxis: MCCM-Studierende bei Ferrero

Kürzlich begrüßte Ferrero eine Gruppe von Studierenden des Masterstudiengangs Corporate Communication Management (MCCM) am Standort Frankfurt – der Abschluss eines semesterbegleitenden Kommunikationsprojekts, das die enge Verbindung von Theorie und Praxis eindrucksvoll zeigte.

Über mehrere Monate hinweg entwickelten die MCCM-Studierenden strategische, praxisnahe Lösungsansätze zu einer realen Fragestellung aus der Unternehmens-

Welt von Ferrero ein. Zum Projektabschluss präsentierten die Teams ihre Ergebnisse vor Ort: überzeugende Pitches, klare Strategien und vielfältige Perspektiven, die neue Impulse für die kommunikative Arbeit lieferten. Die anschließenden Diskussionen zeigten, wie offen und konstruktiv der Aus-

tausch zwischen Ferrero und den Studierenden war – ein Gewinn für beide Seiten. Das Projekt verdeutlichte einmal mehr, wie praxisorientierte Lehre zentrale Kompetenzen stärkt: strategisches Denken, Präsentationsstärke, Teamarbeit und die Fähigkeit, komplexe Kommunikationsfragen zielgerichtet anzugehen. Ein inspirierender Besuch, der zeigt, wie wertvoll Kooperationen zwischen Hochschule und Unternehmen sind.

➤ LinkedIn

Einblicke in die Praxis: **MTAL**-Studierende zu Gast bei EY Stuttgart

Im Rahmen einer Exkursion besuchte der Masterstudiengang Taxation, Auditing & Law im Dezember 2025 die Stuttgarter Niederlassung von EY.

Vor Ort erhielten die Studierenden einen realitätsnahen Einblick in den Arbeitsalltag der Steuerberatung und Wirtschaftsprüfung – eine Branche, in der komplexe Fragestellungen und hohe Verantwortung zum Tagesgeschäft gehören. Besonders spannend war die interaktive Fallstudie, die das EY-Team für die Gruppe vorbereitet hatte. Anhand eines praxisnahen Szenarios wurde deutlich, wie an-

spruchsvoll Berufs- und Haftungsfragen in der steuerlichen und wirtschaftsprüferischen Beratung sind und welche Überlegungen Fachkräfte in der Praxis täglich abwägen müssen. Die Exkursion bot damit nicht nur fachliche Vertiefung, sondern auch wertvolle Orientierung für den späteren Berufseinstieg.

➤ [Instagram](#)

Praxisnahe Einblicke in die **Edelmetall-**technologie bei C. Hafner

Im Rahmen einer Exkursion besuchten Professor Dr. Claus Lang-Koetz und der Lehrbeauftragte Dr.-Ing. Erwin Groß gemeinsam mit Studierenden das Edelmetalltechnologie-Unternehmen C. Hafner und erhielten spannende Einblicke in dessen hochmoderne Produktionsprozesse.

Das Traditionsunternehmen aus der Region Pforzheim zählt zu den führenden Anbietern im Edelmetall-Recycling sowie in der Entwicklung und Fertigung hochwertiger Halbzeuge und Werkstoffe. Besonders beeindruckte die Gruppe, wie vielseitig der Werkstoff Gold – mit seinen herausragenden Materialeigenschaften – in industriellen, medizin-

ischen und technischen Anwendungen genutzt wird. Die praxisnahe Führung durch die Produktion bot den Studierenden wertvolle Gelegenheiten, theoretische Inhalte mit realen industriellen Abläufen zu verknüpfen.

➤ [LinkedIn](#)



Studierende erhalten bei C. Hafner praxisnahe Einblicke in moderne Edelmetalltechnologie und Produktionsprozesse.

VIA Impulse mit Thomas Faller

„Wenn ihr das, was ihr macht, mit Freude und Leidenschaft macht, kommt irgendwann der Erfolg“

Ist es das richtige Studium in der richtigen Stadt? Viele Studienanfängerinnen und Studienanfänger stellen sich diese Frage, so auch die „Newies“, die am 15. September 2025 in den Walter-Witzenmann-Hörsaal, das Audimax der Hochschule Pforzheim, kamen. Im Rahmen ihrer Einführungswochen vor dem offiziellen Vorlesungsbeginn stand mit „VIA Impulse“ ein Vortrag auf dem Programm, der den neuen Studierenden der deutschsprachigen Bachelorstudiengänge an der Business School Pforzheim Einblicke in Studium und Karriereweg eines erfolgreichen Alumnus geben sollte.

Thomas Faller, der 1992 sein Diplomstudium in Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Beschaffung und Logistik abschloss, erinnerte sich an seinen eigenen Studienstart 1988: Das heutige Audimax gab es zwar noch nicht, „aber der Spirit und die Aufregung waren dieselbe“. Zu Beginn eines Studiums wisse man nicht so genau, auf was man sich einlasse. Wichtig sei es, positiv mit Zweifeln umzugehen und das Studium als Reise zu betrachten, die Neugier, Mut und Durchhaltevermögen erfordert.

Internationale Prägung im Fokus der Studienzeit
Thomas Faller nahm die Studienanfänger mit auf seine eigene „Studienreise“, die er aufgrund seines familiären Hintergrunds auf jeden Fall international gestalten wollte. Die erste Station seiner Studienzeit war daher die Universität Heidelberg, um die Fremdsprachen Englisch und Spanisch fundiert zu erlernen. Anschließend nahm Faller sein Studium der Betriebswirtschaftslehre mit der Vertiefung in Beschaffung und Logistik in Pforzheim auf, weil es ihm eine interkulturelle

Ausrichtung ermöglichte: Auslandssemester und Praktika in Spanien, Großbritannien und den USA waren Bestandteil seines Studiums.

Berufliche Meilensteine bei multinationalen Unternehmen

Mit dem Diplom aus Pforzheim in der Tasche startete Thomas Faller seinen beruflichen Werdegang im Rahmen eines Traineeprogramms bei der ABB Group, das einen neunmonatigen Aufenthalt auf den Philippinen beinhaltete. Anschließend bekleidete er verschiedene Positionen im Global Procurement bei ABB in der Schweiz und Deutschland. Seine „berufliche Reise“ führte Faller weiter zur ThyssenKrupp Elevator AG nach Düsseldorf als Chief Procurement Officer (CPO) für das Segment Elevator und schließlich zu Munich Re nach München, wo er den weltweiten Einkauf aufbauen durfte. Als Head of Division Central Procurement leitet Thomas Faller den globalen Beschaffungsbereich, der aus den drei „Towers“ Sourcing, Procurement Excellence, Third Party Management



Thomas Faller

Function sowie den Regionen Asia Pacific, Americas und Europe besteht. Ein Schwerpunkt seiner Tätigkeit liegt darin, die Digitalisierung von Prozessen, sowie die Resilienz der Supply Chain voranzutreiben. Bei Munich Re, dem weltweit größten Rückversicherer, erwartete ihn eine durch die Finanzindustrie geprägte Kultur, während er zuvor in einem verarbeitenden Umfeld tätig war. Ein Element setzte sich jedoch wie ein roter Faden in seiner Vita fort und dokumentiert seinen steten Wunsch nach Internationalität: die Tätigkeit bei multinationalen Unternehmen. Seinen fachlichen Hintergrund im Management komplexer Beschaffungsprozesse nutzt Faller heute, um Dienstleistungen aus verschiedenen „Categories“ wie IT, Professional Services sowie Data & Online Dienstleistungen einzukaufen.

Teamwork und Selbstreflexion als Karrierebausteine

Was macht gute Führung aus? Hier zog Faller gemeinsam mit den Erstsemestern den Vergleich zum Mannschaftssport: als Kapitän oder Kapitänin Verantwortung übernehmen, Vertrauen aufbauen und seine Teamkollegen richtig einsetzen und motivieren – all das seien im Sport genauso wie im Beruf die Kernelemente erfolgreichen Teamworks. „Wir sind nur dann gut im Team, wenn wir gute Spieler, gute Mitarbeiter haben“, unterstrich Thomas Faller. Als Führungspersonlichkeit seien Eigenschaften wie Durchhaltevermögen, Konfliktfähigkeit und Lernbereitschaft essenziell. „An Schwächen zu arbeiten ist wichtig,

aber Stärken zu stärken, ist noch wichtiger“, verdeutlichte er. Visionen und Ziele machen eine erfolgreiche Führungspersonlichkeit aus. Um die Karriere planvoll anzugehen, sei eine sorgfältige Selbstanalyse die Grundlage, um sich seiner Stärken bewusst zu werden: In welche Richtung soll es gehen? Welche Kompetenzen sind für den Karriereweg erforderlich? Wertvolle Praxiserfahrungen zu sammeln legte Thomas Faller den Studienanfängern besonders ans Herz und riet ihnen, viele Praktika zu machen. Diese könnten im Berufsleben zum Alleinstellungsmerkmal und ebenso wie ein gut aufgebautes Netzwerk zum entscheidenden Faktor bei Bewerbungen werden. „Wenn ihr das, was ihr macht, mit Freude und Leidenschaft macht, kommt irgendwann der Erfolg“, so Faller. Er selbst achte beim Recruiting in erster Linie auf die Persönlichkeit einer Bewerberin oder eines Bewerbers, die neben der fachlichen Expertise, Teamfähigkeit und internationale Ausrichtung eine besondere Bedeutung einnimmt.

Erfahrungen sammeln und Kulturen kennenlernen

„Du verstehst Weiß, Schwarz und Grau und machst aus deinem Leben ein Abenteuer“ – so formulierte Thomas Faller den Rat an die Studienanfängerinnen und Studienanfänger, anhand ihrer Stärken – fachlich, praktisch oder charakterlich – den für sie passenden Karriereweg zu identifizieren. Bei der Wahl des Auslandssemesters oder Auslandspraktikums sei beispielsweise nicht nur die inhaltliche

Ausrichtung das Entscheidungskriterium, das er in den Vordergrund stellen würde, sondern vielmehr die persönliche Bindung zu einem Land, die Freude, mit den Menschen dort zu arbeiten: „Wählt das Land, das euch am meisten anzieht.“ Um Pläne in die Realität umsetzen zu können, sei der Aufbau von Kontakten oftmals hilfreich. Sein Auslandspraktikum in den USA konnte Faller selbst über seine Werkstudententätigkeit am deutschen Standort des Unternehmens realisieren. „Netzwerke werden auch zukünftig wichtig sein“, prognostizierte er. In diesem Zusammenhang wies er auf den „Reichtum an Beziehungen“ hin, die ein Studium mit sich brächte, beispielsweise durch Kommilitonen oder Lerngruppen. Er selbst sei viel gereist und dadurch mit interessanten Menschen zusammengekommen. Die Auslandsaufenthalte hätten aber auch zur Selbstreflexion beigetragen: Sich seines kulturellen Hintergrunds bewusst zu werden und dessen Stärken zu erkennen, trage dazu bei, die persönlichen Stärken zu identifizieren. „Jede Kultur hat viel zu geben“, so Faller. Auf die eingangs gestellte Frage „Ist es das richtige Studium in der richtigen Stadt?“ zurückkommend, riet Thomas Faller zu einem gewissen Durchhaltevermögen, wenn Zweifel auftauchten, und sich Zeit und Ruhe zu geben: „Man wird immer etwas lernen, auch wenn es einem zu Beginn nicht leichtfällt.“

➤ Website Business PF

VIA Impulse mit Philipp Marquardt „Jede Reise beginnt mit dem ersten Schritt“



Philipp Marquardt

Philipp Marquardt, ehemaliger Student des Studiengangs International Business und heute Director of Global Finance (P2P) bei Kärcher Global Services in Schwaikheim, kehrte am 15. September 2025 auf den Campus zurück, um die neuen Studierenden der englischsprachigen Bachelor-Studiengänge für das Wintersemester 2025/2026 zu inspirieren.

Sein Besuch fand im Rahmen von VIA Impulse statt, einer Veranstaltungsreihe, bei der Erstsemesterstudierende zu Beginn jedes Semesters erfolgreiche Alumni kennenlernen. Philipp Marquardt gab Einblicke in seine internationale Karriere und betonte dabei, wie wichtig es sei, den ersten Schritt zu machen, um die eigene Laufbahn aktiv zu gestalten.

Eine Studienzeit, die Türen und Horizonte öffnete

Mit seinem großen Interesse für Wirtschaftswissenschaften und seiner Leidenschaft für Sprachen entschied sich Philipp Marquardt, von 2002 bis 2006 International Business an der Hochschule Pforzheim zu studieren. Das Studium vermittelte ihm nicht nur betriebswirtschaftliches Wissen und soziale Dynamik in einem internationalen Umfeld, sondern ermöglichte ihm auch, seine Sprachkenntnisse nach seinen Wünschen weiterzuentwickeln. Während seines Studiums verbrachte er sein fünftes Semester an der Partneruni-

versität Tec de Monterrey in Mexiko. Er erinnerte sich, dass ihm die Arbeit in einem internationalen Umfeld dabei half, Gruppenprojekte mit mehr Dynamik und Flexibilität anzugehen. Diese Offenheit gegenüber Unterschiedlichkeit erwies sich später in seiner Karriere als wertvoll. Darüber hinaus absolvierte Philipp Marquardt ein Praxissemester in Shanghai, bei dem er in selbst geformten Gruppen erarbeitete, wie Automobilunternehmen in China ein Geschäft aufbauen können. Die Herausforderungen des Projekts zeigten ihm, wie wichtig kulturelle Intelligenz im Geschäftsleben ist. Er erklärte, dass diese Erfahrungen ihm dabei halfen, eine globale Denkweise, Teamfähigkeit in einem internationalen Umfeld und Kommunikationsfähigkeiten zu entwickeln. „Die internationale Perspektive, die ich gewonnen habe, hat mir in den folgenden Jahren meiner Karriere sehr geholfen“, erzählte er den Studierenden.

Jeder Schritt zählt – inklusive „Trial & Error“

Philipp Marquardt hob die Vorteile des starken Netzwerks der Business School Pforzheim mit Partnerunternehmen hervor und wies darauf hin, wie es die Studierenden unterstütze, zukünftige Möglichkeiten zu erkunden: „Das starke Netzwerk mit Partnerunternehmen, über das die Hochschule Pforzheim verfügt, ist ziemlich gut und hilft sehr dabei, einen guten Start zu finden“, teilte er den Studierenden mit. Während seines ersten Semesters absolvierte er ein Praktikum im Produktmanagement bei der

Alfred Kärcher GmbH & Co. KG (jetzt Alfred Kärcher SE), wo er Einblicke in mittelständische Unternehmen gewann und lernte, was die Qualität „Made in Germany“ so einzigartig macht. Hier erkannte Philipp Marquardt, dass das Produktmanagement nicht das Richtige für ihn war. Diese Erfahrung lehrte ihn, dass die Wahl des „falschen“ Weges kein Misserfolg ist, sondern ein wichtiger Schritt auf dem Weg zum richtigen Weg. Er betonte, dass Resilienz eine wichtige Eigenschaft sei: „Es ist in Ordnung, wenn man es nicht gleich beim ersten Mal richtig macht. Jede Erfahrung verschafft einem Klarheit für den nächsten Schritt.“ Später, gegen Ende seines Studiums, entdeckte Philipp Marquardt seinen wahren Karriereweg: Er absolvierte ein Praktikum im Rechnungswesen bei N.V. Robert Bosch S.A. in Brüssel, das sein Interesse an Finanzen bestätigte. Im Rahmen seiner Diplomarbeit arbeitete Philipp Marquardt mehrere Monate bei Bosch Industrial España in Madrid, Spanien. Als Trainee in der Finanz- und Controllingabteilung entwickelte und implementierte er eine Balanced Scorecard für die Shared Services Organization. Nach seinem Abschluss begann Philipp Marquardt seine Karriere bei EY in Stuttgart als interner Auditor und dankte den Professoren in Pforzheim dafür, dass sie ihn motiviert hatten, diese Stelle anzunehmen. Er ermutigte die Studierenden, aktiv solche Beziehungen und Netzwerke aufzubauen, Veranstaltungen zu besuchen und sich nicht zu scheuen, um Hilfe zu bitten, wenn sie diese brauchen.

Führung, Innovation und die menschliche Note

Während seiner mehr als elfjährigen Tätigkeit bei Clariant, einem der weltweit führenden Spezialchemieunternehmen, sammelte Philipp Marquardt umfangreiche internationale Erfahrungen und bereiste Regionen von Ost bis West. Ein Höhepunkt seiner Karriere war ein dreijähriger Einsatz in Indonesien als Finanzdirektor, wo er ein Team von 20 Mitarbeitern leitete und seinen Führungsstil an die lokalen Gegebenheiten anpasste, um Motivation, Leistung und Teamharmonie sicherzustellen. Aufbauend auf diesen Erfahrungen hob Philipp Marquardt die wachsende Bedeutung von Technologie im heutigen Geschäftsumfeld hervor: „Unternehmen sind agiler geworden, und Technologien wie KI spielen heute eine wichtige Rolle bei der Steigerung der Effizienz. Dennoch bleiben sie ein Werkzeug zur Unterstützung von Strategie, Entscheidungsfindung und interkultureller Kompetenz, während die letztendliche Verantwortung weiterhin bei den Menschen liegt.“ Bei Kärcher ermutigt Philipp Marquardt die Mitarbeitenden, KI-Tools wie Gemini zu nutzen, um Arbeitsabläufe zu optimieren, sich wiederholende Aufgaben zu reduzieren und die Entscheidungsfindung zu verbessern, wobei die menschliche Aufsicht und der Teamzusammenhalt erhalten bleiben. Er legt Wert darauf, Teams harmonisch zu führen und sicherzustellen, dass die Technologie die Menschen unterstützt, anstatt sie zu ersetzen. Heute ist er als Director of Global Finance bei Kärcher Global Services tätig, wo er ein internationales Team von fast 100 Mitarbeitern

in Deutschland und an Standorten weltweit leitet und sowohl Innovation als auch Zusammenarbeit in einem sich digital wandelnden Arbeitsumfeld fördert.

Den ersten Schritt wagen und das Gleichgewicht finden

Zum Abschluss gab Philipp Marquardt den Studierenden einen Leitgedanken mit auf den Weg: „Eine Reise von tausend Meilen beginnt mit einem einzigen Schritt.“ Er betonte, wie wichtig es sei, offen und positiv zu sein und diesen ersten Schritt individuell zu wagen. „Auch wenn das Studium an dieser Business School mit anspruchsvollen Fächern wie Statistik, Steuerrecht und Arbeitsrecht hart ist, muss man sich auch durch die Fächer kämpfen, die einem nicht liegen, denn sie sind für die spätere Karriere wirklich wichtig und haben mir in meinem Berufsleben sehr geholfen. Gleichzeitig empfehle ich jedem, das Leben während des Studiums zu genießen, denn Spaß zu haben ist auch Teil der Reise“, schloss er seinen inspirierenden Vortrag, indem er die Studierenden ermutigte, ein Gleichgewicht zu finden und auf sich selbst zu achten, um ihre persönlichen Wege zu entdecken, neue Energie zu tanken und positiv zu bleiben.

➤ Website Business PF

Synth Ad Literacy: MCCM-Alumna Alena Kirchenbauer im Markeninnovationsprojekt

Alumna Alena Kirchenbauer kehrte im Wintersemester an die Business School Pforzheim zurück und begleitete das Markeninnovationsprojekt sowohl als Jurymitglied als auch als Lehrbeauftragte im Modul Kommunikationsstrategie & Customer Experience Management.



Alumna Alena Kirchenbauer (rechts im Bild) begleitet das Markeninnovationsprojekt zu Synth Ad Literacy im MCCM

Im Zentrum der Abschlusspräsentationen stand die Frage, wie die Generation Alpha befähigt werden kann, KI-gestützte Werbung zu erkennen und synthetische Inhalte von realer Marketingkommunikation zu unterscheiden. Fünf Studierendenteams entwickelten dazu Markeninnovationen, die gezielt die Synth Ad Literacy dieser jungen Zielgruppe stärken sollen.

Besonders beeindruckte, wie fundiert die Teams Relevanz, Marktdurchdringungspotenziale und kommunikative Markteintrittsstrategien herausarbeiteten – und wie souverän sie Modelle und Konzepte aus der Lehrveranstaltung in kreative, gesellschaftlich relevante Lösungen übersetzten.

Die Präsentationen zeigten eindrucksvoll, wie reflektiert und zukunftsorientiert die Studierenden das Thema KI-Kompetenz im Marketing aufgriffen – ein inspirierender Einblick in die Kommunikationswelt von morgen.

➤ [LinkedIn](#)

Transformation gestalten: Alumnus Kolja Hosch im Personal Forum

Alumnus Kolja Hosch, Chief Human Resources Officer der Messer SE & Co. KGaA, gab im Personal Forum der Business School Pforzheim eindrucksvolle Einblicke in die Frage, wie HR die Transformation in der Industrie erfolgreich mitgestalten kann. Im Mittelpunkt stand dabei das Spannungsfeld zwischen wirtschaftlichem Wandel, Mitbestimmung und den steigenden Anforderungen an moderne Personalarbeit.

Anhand konkreter Beispiele zeigte Hosch auf, vor welchen Herausforderungen insbesondere die Industrie derzeit steht – von komplexen Veränderungsprozessen bis hin zu anspruchsvollen Tarifverhandlungen. Zugleich betonte er die zentrale Rolle von Vertrauen, verlässlicher Zusammenarbeit und Future Skills, die entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Deutschland seien. Drei Handlungsfelder rückte er besonders in den Fokus: Unter-

nehmenskultur, Talent- und Skillmanagement sowie Employer Experience und Branding. Sie bilden aus seiner Sicht das Fundament, um Unternehmen erfolgreich durch Transformationsphasen zu führen. Im Austausch mit den Teilnehmenden vertiefte Hosch zudem zwei weitere strategische HR-Ansätze: die internationale, projektbasierte Vernetzung von Mitarbeitenden und die Förderung kleiner, innovationsstarker Einheiten mit Start-up-Charakter. Der Bei-



Kolja Hosch im Personal Forum

trag machte deutlich, wie stark die Rolle von HR in Zeiten tiefgreifender Veränderungen ist – und welche wichtige Impulse erfahrene

Führungspersönlichkeiten wie Kolja Hosch in den Diskurs einbringen können.

➤ Website Business PF

CFR-Alumnus Baldassare La Gaetana bietet Insights in modernes Controlling

Baldassare La Gaetana, Absolvent des Diplomstudiengangs Controlling, Finanz- und Rechnungswesen (Abschlussjahr 2008) kehrte an seine Alma Mater zurück und gab in einem 90-minütigen Vortrag eindrucksvolle Einblicke in seine Arbeit als CEO der Aqseptence Group.



Baldassare La Gaetana

➤ LinkedIn

La Gaetana teilte praxisnahe Perspektiven auf modernes Controlling, zentrale Schmerzpunkte sowie die Bedeutung von Vertrauen als Führungs- und Steuerungsinstrument. Er betonte, dass Controlling, Finance und Accounting heute integriert gedacht werden müssen und, dass Controller vor allem analytisch, engagiert und vertrauenswürdig agieren sollten – insbesondere in Krisenzeiten.



Romina Trslić (2. v.l.) inspiriert MCCM-Studierende in Content Creation.

Content Creation: Alumna Romina Trslić zurück im **MCCM**

Alumna Romina Trslić, Abschlussjahr 2024, kehrte als Teil des Lehrteams im Masterstudiengang Corporate Communication Management (MCCM) an die Business School Pforzheim zurück und leitete erneut praxisnahe Kommunikationstrainings.

Das Modul Content Creation liegt Romina Trslić dabei besonders am Herzen – nicht zuletzt, weil sie Einblicke in einen Beruf vermitteln kann, den sie selbst mit großer Leidenschaft ausübt. Mit spürbarer Begeisterung für Trends, digitale Kommunikation und Social Media arbeitete sie mit neugierigen und engagierten Studierenden zusammen

und schuf eine inspirierende Lernatmosphäre. Ihr Ziel: die Faszination für kreative Content-Entwicklung weiterzugeben – und vielleicht den ein oder anderen für die Welt des digitalen Storytellings zu gewinnen.

➤ [LinkedIn](#)

Zurück an der Alma Mater: **MBA**-Alumnus James Dymond als Gastdozent

James Dymond, Alumnus des MBA International Management (Abschlussjahr 2004) der Business School Pforzheim, hat im Wintersemester 2025/2026 erstmals selbst auf der Lehrendenseite gestanden.

Im Rahmen eines Gastlehrauftrags übernahm James Dymond die Durchführung des MBA-Kurses „Sustainable Investment and Corporate Governance“ – und verband dabei akademische Inhalte mit seiner mehr als 20-jährigen Berufserfahrung. Sein Ansatz war klar: Fachliches Wissen sollte nicht isoliert vermittelt werden, sondern stets durch die Brille praktischer Unternehmensrealitäten betrachtet werden. Dieser Perspektivwechsel machte den Kurs für die Stu-

dierenden besonders wertvoll. Gleichzeitig wurde für Dymond schnell deutlich, dass Lehre ein Dialog ist. Die intensiven Gespräche im Seminar, die kritischen Fragen und die vielfältigen Sichtweisen der MBA-Studierenden gaben auch ihm neue Denkanstöße. Für James Dymond war das Engagement an seiner Alma Mater auf Initiative von Professor Dr. Harald Strotmann eine bereichernde Erfahrung – fachlich wie persönlich.

➤ [LinkedIn](#)

MIS-Alumnus Dominik Oelflin: User Experience Design in der Praxis

Im Rahmen der Vorlesung „Customer Experience Management“ im Masterstudiengang Information Systems (MIS) gewährte Alumnus Dominik Oelflin (Abschlussjahr 2023) spannende Einblicke in die Bedeutung von User Experience Design für eine herausragende Customer Experience.

Als UX Design Specialist für die SAP Commerce Cloud zeigte Dominik Oelflin auf, welche Erwartungen die Praxis heute an UX Experten stellt und wie unterschiedliche Rollen und Kompetenzen in realen Projekten zusammenwirken. Besonders wertvoll für die Studierenden

waren seine praxisnahen Perspektiven auf nutzerzentriertes Denken als zentralen Erfolgsfaktor digitaler Innovationen – sowohl im Consumer als auch im Business Kontext.

➤ [LinkedIn](#)



Dominik Oelflin

7. Symposium „Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz – Kreislaufwirtschaft im Gesundheitswesen“



7. Symposium „Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz“ am INEC: Fachleute diskutierten innovative Ansätze für eine kreislauforientierte Gesundheitsversorgung (Foto: Juliano Bezerra de Araujo).

Am 5. Dezember 2025 fand das 7. Symposium „Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz“ des Instituts für Industrial Ecology (INEC) statt. Unter dem Leitthema „Kreislaufwirtschaft im Gesundheitswesen“ diskutierten Expertinnen und Experten aus Forschung, Industrie, Beschaffung und Klinikpraxis, wie ökologische Produktgestaltung, nachhaltige Krankenhausprozesse und innovative Lösungsansätze die Transformation im Gesundheitssektor voranbringen können.

Dabei wurde schnell deutlich, wie groß die Herausforderungen sind, mit denen das Gesundheitswesen konfrontiert ist. Höchste Anforderungen an Hygiene, Sicherheit und Versorgung stehen enormen Ressourcenverbräuchen und Abfallmengen gegenüber. Jährlich fallen in deutschen Krankenhäusern rund 4,8 Millionen Tonnen Abfall an, und allein medizinische Verbrauchsprodukte erzeugen pro Krankenhausbett bis zu 2,5 Kilogramm CO₂ Äquivalente am Tag – verursacht durch Herstellung und Entsorgung.

In den Beiträgen des Symposiums wurde jedoch ebenso klar, dass es bereits heute vielfältige und praxisreife Lösungsansätze gibt, die den Weg zu einer echten Kreislaufwirtschaft ebnen. Vorgestellt wurden digitale Verfahren zur Analyse von Abfall- und Materialströmen, strukturierte Abfallkonzepte samt Farbleitsystemen im Klinikalltag, systematische Lebenszyklusanalysen für Einweg- und Mehrwegsysteme sowie Rücknahme- und Recyclingmodelle für medizinische Produkte. Hinzu kamen technologische Innovationen wie KI gestützte Systeme, die Wertstoffpotenziale sichtbar machen und Prozesse effizienter gestalten. Im Zentrum vieler Diskussionen stand das vom

INEC formulierte Leitbild des „transparenten Krankenhauses“. Gemeint ist ein Ansatz, bei dem Materialflüsse, Verbräuche und Umweltwirkungen konsequent erfasst und sichtbar gemacht werden, um fundierte Entscheidungen zu ermöglichen. Nur wenn diese Datenbasis vorhanden ist, lassen sich Ressourcen gezielt einsparen, Prozesse nachhaltig optimieren und ökologische Effekte nachvollziehbar bewerten.

Das Symposium zeigte eindrucksvoll, wie eng wissenschaftliche Analyse, technologische Innovation und praktische Umsetzung Hand in Hand gehen müssen, um die Transformation des Gesundheitswesens zu beschleunigen. Kreislaufwirtschaft ist dabei keine Zukunftsvision mehr, sondern bereits heute gelebte Praxis – getragen von interdisziplinärer Zusammenarbeit, belastbaren Daten und der Bereitschaft, etablierte Routinen zu hinterfragen.

➤ Website HSPF
➤ LinkedIn

Ergebnis-Workshop „Klimaresilientes Gebäudemanagement“: Ressourceneffiziente Klimaanpassungsmaßnahmen

Am 14. Oktober 2025 fand im Karlsruher Rathaus der Ergebnis-Workshop des angewandten Forschungsprojekts „Klimaresilientes Gebäudemanagement“ (KliReGeM) statt.

Rund sechs Monate vor Projektabschluss erhielten Vertreterinnen und Vertreter aus dem öffentlichen und privaten Gebäudemanagement erstmals die Gelegenheit, zentrale Projektergebnisse kennenzulernen und die entwickelten Tools auf ihre Praxistauglichkeit zu testen. Ein besonderes Highlight war die Vorstellung eines interaktiven Dashboards, das den Ressourcenaufwand verschiedener Klimaanpassungsmaßnahmen am Gebäude analysiert. Die Teilnehmenden konnten das Tool eigenständig ausprobieren und dessen Funktionen unter realen Planungsbedingungen testen.

Das Projekt reagiert auf die zunehmenden sommerlichen Hitzeperioden, die Städte und Kommunen vor wachsende Herausforderungen stellen. Verschiedene Hitzeschutzmaßnahmen wurden im Rahmen von KliReGeM hinsichtlich ihres Ressourcenaufwands und ihrer Umweltwirkungen bewertet, um einen praxisorientierten Handlungsleitfaden für klimaresilientes Gebäudemanagement zu entwickeln. Beim Workshop konnten die Teilnehmenden prüfen, wie die neuen Werkzeug-Planungs- und Entscheidungsprozesse künftig unterstützen können – und ihre eigene Expertise einbringen, um das Tool weiter zu schärfen. Das Forschungsteam unter Leitung von Professor Dr. Hendrik Lambrecht wird die im Workshop gewonnenen Erkenntnisse nutzen, um das Dashboard und seine Dokumentation in den kommenden Monaten gezielt weiterzuentwickeln. Das Ergebnis: ein praxistaugliches Werkzeug, das Kommunen und Gebäudeverantwortlichen künftig helfen kann, wirksame und ressourceneffiziente Klimaanpassungsmaßnahmen fundiert zu planen.

➤ Website BusinessPF



Ergebnis-Workshop des Forschungsprojekts KliReGeM



Tag der Nachhaltigkeit 2025: Ressourcenschonende Produktentwicklung und nachhaltige Transformation im Fokus

Nachhaltigkeit erlebbar machen: Tag der Nachhaltigkeit 2025

Am 22. Oktober 2025 lud die Hochschule Pforzheim zum Tag der Nachhaltigkeit ein – ein Aktionstag, der eindrucksvoll zeigte, wie eng Forschung, Praxis und studentisches Lernen bei der nachhaltigen Transformation zusammenspielen. Das Institut für Industrial Ecology (INEC) präsentierte aktuelle Projekte und verdeutlichte, wie Nachhaltigkeit nicht nur erforscht, sondern aktiv gestaltet wird.

Die Besucherinnen und Besucher erhielten Einblicke in das Forschungsprojekt ZIRU, das zirkuläre und ressourcenschonende Produktentwicklungsprozesse in der Industrie untersucht. Anina Kusch und Annika Pruhs zeigten, wie Wissenschaft und Unternehmen gemeinsam daran arbeiten, Kreislaufwirtschaft und Ressourcen-

effizienz schon früh im Entwicklungsprozess zu verankern – ein Hinweis darauf, dass Nachhaltigkeit ein kontinuierlicher, gestaltbarer Prozess ist. Ein praxisnaher Höhepunkt war der Circularity Navigator, mit dem Studierende selbst ausprobieren konnten, wie Unternehmen den Wandel zur Kreislaufwirtschaft umsetzen – von

der nachhaltigen Produktgestaltung bis zu neuen Geschäftsmodellen. Das Tool machte sichtbar, wie theoretische Konzepte in realen Anwendungsszenarien greifen und welche Rolle Design und Materialwahl für Ressourcenschonung spielen.

➤ Website BusinessPF

Abfallwirtschaft 2.0 – Kunststoffkreislaufwirtschaft der Zukunft

Die Frage, wie Kunststoffe künftig hochwertig, effizient und skalierbar im Kreislauf geführt werden können, zählt zu den zentralen Herausforderungen moderner Abfallwirtschaft. Eine neue Studie aus dem Forschungsprojekt präziSort, durchgeführt von Raphael Schill und Professor Dr. Claus Lang-Koetz, zeigt, wie komplex die Ausgangslage ist – und welche technologischen und regulatorischen Ansätze notwendig sind, um den Wandel hin zu einer zirkulären Kunststoffwirtschaft zu ermöglichen.



Moderne Sortiertechnologien für effizientere Kunststoffkreislaufwirtschaft

Im Mittelpunkt steht die Frage, welche Anforderungen zukünftige Aufbereitungsprozesse erfüllen müssen: Welche Qualitätsstandards sollten Rezyklate erreichen, wie müssen Prozessschritte ineinandergreifen, und welche Rahmenbedingungen sichern wirtschaftlich tragfähige Recyclingstrukturen? Die Studie benennt sechs wesentliche Hemmnisse – etwa heterogene Stoffströme, mangelnde Transparenz oder regulatorische Unsicherheiten – und leitet daraus Anforderungen auf drei Ebenen ab: Rezyklate müssen sortenrein, chemisch homogen und verarbeitungsstabil sein; Prozesse benötigen digitale Rückverfolgbarkeit, saubere Sammlung und verlässliche Mengenflüsse; auf regulatorischer Ebene braucht es harmonisierte Standards und klare Definitionen, etwa zum „Ende der Abfalleigenschaft“.

Innovationen spielen dabei eine Schlüsselrolle. Die Studie zeigt, dass KI-gestützte Sortierverfahren, optimierte Waschprozesse und qualitätsgesichertes mechanisches Recycling künftig zentrale Bausteine einer funktionierenden Kreislaufführung sein werden. Ein Beispiel ist die Sort4Circle-Technologie des Projektpartners Polysecure GmbH, die im Projekt weiterentwickelt wurde. Sie ermöglicht eine frühe Qualitätsprüfung über kombinierte Sensorik, erkennt Materialien und Störstoffe präzise und sortiert problematische Fraktionen gezielt aus. Die dabei entstehenden Daten tragen zur Dokumentation und digitalen Rückverfolgbarkeit bei – ein wichtiger Schritt zu transparenten, skalierbaren Stoffströmen. Insgesamt macht die Studie deutlich, dass Wirtschaft, Technologie und Regulierung eng ineinandergreifen müssen, um den Übergang zur Kunststoffkreislaufwirtschaft zu schaffen. Technologische Neuerungen entfalten erst dann ihre Wirkung, wenn sie in klar definierte politische Rahmenbedingungen und funktionierende Abfallstrukturen eingebettet sind. Nur so entstehen hochwertige Rezyklate, und damit die Basis für eine wirklich ressourceneffiziente Zukunft.

➤ Website BusinessPF

Studierendenprojekt zeigt nachhaltige Wege zur Produktentwicklung auf

Im Seminar Nachhaltigkeit und Ressourceneffizienz – Innovative Produktentwicklung arbeiteten vier Studierende der Business School Pforzheim zwei Monate lang gemeinsam mit Sven-Erik Asmussen an der strategischen Weiterentwicklung von OnlyGreens.

Unter der Betreuung von Professor Claus Lang Koetz und Professor Jörg Woidasky entstanden praxisnahe Konzepte für die zukünftige Ausrichtung des Start-ups im Bereich Microgreens, die zeigen, wie innovative Produktentwicklung und Nachhaltigkeit wirksam zusammengebracht werden können.

➤ LinkedIn



Studierende entwickeln nachhaltige Produktideen für OnlyGreens



Seit Dezember 2025 ergänzt die „Bibliothek der Dinge“ das Angebot der Hochschulbibliothek um praktische Alltagshelfer

„Bibliothek der Dinge“ erweitert Angebotsspektrum der Hochschulbibliothek

Seit Mitte Dezember 2025 erweitert die neue Bibliothek der Dinge (BiDi) das Angebot der Hochschulbibliothek um praktische Gegenstände für den Studienalltag – vom Taschenrechner über USB Adapter bis hin zu Spielen.

Studierende können die Items ganz unkompliziert wie gewohnt an der Ausleihtheke mit ihrem Hochschulausweis ausleihen und anschließend wieder zurückgeben. Ziel des neuen Services ist es, nachhaltiges Handeln zu fördern und die gemeinschaftliche Nutzung selten benötigter Gegenstände zu ermöglichen. Die Bibliothek am Campus

Tiefenbronner Straße bietet hierfür auch im Sommersemester 2026 verlängerte Öffnungszeiten an: In der Vorlesungs- und Prüfungszeit Montag bis Freitag von 9 Uhr bis 23:00 Uhr, Samstag von 10 Uhr bis 23 Uhr.

➤ Website HSPF

Nachhaltigkeit und Digitalisierung in der Wirtschaftsprüfung

Im Rahmen der Vortragsreihe „Spektrum Wirtschaftsprüfung“ gab Denis Etzel, Partner bei PwC und Alumnus des Studiengangs Steuer- und Revisionswesen (Abschlussjahr 2006), gemeinsam mit seinem Team spannende Einblicke in die Themen Nachhaltigkeitsberichterstattung und Digitalisierung in der Abschlussprüfung.

Dabei wurde deutlich, dass Nachhaltigkeitsberichterstattung eine zentrale Rolle spielt, weil sie transparent macht, wie ernst Unternehmen ihr nachhaltiges Handeln tatsächlich nehmen. Zudem zeigte das PwC Team, wie digitale Technologien Prüfprozesse weiterentwickeln und neue Qualitätsstandards ermöglichen.

➤ Instagram



Das PwC-Team um Alumnus Denis Etzel gab Einblicke zu Nachhaltigkeit und Digitalisierung

Was macht Menschen glücklich? Faktoren für nachhaltiges Wohlbefinden im Fokus

Professor Dr. Hanno Beck, Ökonom und Professor für Wirtschaftspolitik an der Business School Pforzheim, war jüngst in der Wissenschaftssendung Terra X (ZDF) zu Gast und diskutierte mit Moderator Professor Dr. Harald Lesch darüber, was Menschen wirklich glücklich macht.



Prof. Dr. Hanno Beck gibt praktische Tipps für mehr Wohlbefinden

Hanno Beck, der Mitglied im Institut für Verbraucherforschung und nachhaltigen Konsum (vunk) der Hochschule

Pforzheim ist, zeigte auf, dass nachhaltiges Glück weit über materiellen Wohlstand hinausgeht und vor allem durch persönliche Zufriedenheit sowie unmittelbare Glücksmomente geprägt ist. Besonders wertvoll waren seine Hinweise auf die Bedeutung sozialer Beziehungen, eines aktiven Lebensstils und eines bewussten Umgangs mit digitalen Medien – zentrale Faktoren für langfristiges Wohlbefinden.

➤ Website HSPF
➤ Website ZDF

#interdisziplinär

Feierlicher Studienabschluss: “Laudatio” im CCP Pforzheim



Große Freude bei über 400 Absolvent*innen - bei der Laudatio feierten Studierende mit ihren Gästen und Hochschulangehörigen ihren Abschluss (Foto: Fotostudio Keller)

Knapp 450 Absolventinnen und Absolventen der Hochschule Pforzheim haben am 28. November 2025 im Pforzheimer CongressCentrum (CCP) ihren Studienabschluss gefeiert. 1.200 Angehörige der Studierenden aus den Fakultäten für Technik sowie Wirtschaft und Recht füllten den Großen Saal zur 21. Ausgabe der Laudatio.

In seiner Ansprache betonte Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz die Bedeutung lebenslangen Lernens insbesondere vor dem Hintergrund der dynamischen Entwicklung Künstlicher Intelligenz. Neue Technologien hätten in der Geschichte immer wieder Arbeitswelten verändert. „Neue Berufsbilder werden entstehen, die wir heute noch nicht kennen. Für die Jobs der Zukunft werden Fähigkeiten gefragt sein, die über die reine Fachqualifikation hinausgehen – Führung, Kommunikation, kritisches Denken“, sagte Jautz. Seine zentrale Botschaft: „Lassen Sie sich durch die rasante technologische Entwicklung nicht verunsichern. Neue Technologien ersetzen im Regelfall nicht bestehende Tätigkeiten, sondern ergänzen sie und schaffen neue Berufsbilder.“

Den Festvortrag hielt Professorin Dr. Sabine Aßmann. Unter der Leitfrage „Was bleibt...?!“ rückte sie die immateriellen Aspekte des Studiums in

den Mittelpunkt: die Begegnungen mit Menschen, der Wissensdurst, der Wunsch nach persönlicher und fachlicher Weiterentwicklung und die Erkenntnis, dass Verantwortung ein Grundpfeiler nachhaltigen Handelns ist.

Durch die Veranstaltung führten Professor Dr. Markus-Oliver Schwaab und Professorin Dr. Viola Galler. Für den musikalischen Rahmen sorgte erneut die Band Miss Kavila.

Die Absolventinnen und Absolventen nahmen im Laufe des Abends ihre Ehrung auf der Bühne entgegen. Die Dekane der beiden Fakultäten, Professor Dr.-Ing. Ingolf Müller (Technik) und Professor Dr. Thomas Cleff (Wirtschaft & Recht), überreichten ihnen eine Anstecknadel mit dem Logo der Hochschule Pforzheim.

➤ Website HSPF

Studium Generale im Wintersemester 2025/2026: Einblicke in Sicherheit, Politik und Klimawandele

Das Studium Generale der Hochschule Pforzheim bot im Wintersemester 2025/26 erneut ein vielseitiges Programm, das gesellschaftliche, sicherheitspolitische und ökologische Zukunftsfragen in den Mittelpunkt stellte. Drei Vorträge gaben dabei prägnante Einblicke in aktuelle Entwicklungen und luden zum kritischen Mitdenken ein.

Den Auftakt machte Peter Holzwarth, Oberstaatsanwalt und Experte für Organisierte Kriminalität. Unter dem Titel „Kein wilder Krieg“ zeigte er anhand realer Fälle, wie Ermittlungsbehörden gegen gut vernetzte kriminelle Strukturen vorgehen, welche Delikte typisch sind und welche Herausforderungen internationale Banden für Justiz und Polizei darstellen.

Es folgte Christoph Heusgen, langjähriger Diplomat und Vorsitzender der Münchner Sicherheitskonferenz, mit einem Vortrag zur europäischen Sicherheit in einer „Welt in Unordnung“. Er betonte die Notwendigkeit engerer europäischer Zusammenarbeit und analysierte die Rolle Deutschlands in der aktuellen geopolitischen Zeitenwende.

Den Abschluss bildete Professor Dr. Mario Schmidt, Leiter des INEC, der in seinem Vortrag „1,5-Grad-Ziel verfehlt – und jetzt?“ die Dringlichkeit klimapolitischer Veränderungen herausstellte. Er machte deutlich, dass ambitionierte Ziele nur erreichbar sind, wenn Gesellschaft,

Politik und Wirtschaft ihre Anpassungsbereitschaft deutlich erhöhen – ein Gedanke, den er eindrucksvoll mit dem Satz zusammenfasste: „Wir müssen uns in Zukunft erheblich anpassen, weil wir uns heute nicht ändern wollen.“ Die Vortragsreihe zeigte erneut, wie breit das Themenspektrum des Studium Generale ist – von Sicherheit über Recht und internationale Politik bis hin zu Klimafragen und Nachhaltigkeit. Das Wintersemester bot intensive Einblicke in globale Zusammenhänge und unterstrich die Bedeutung des offenen Dialogs über die zentralen Herausforderungen unserer Zeit. Im Sommersemester 2026 geht das Studium Generale weiter: Auf dem Programm stehen unter anderem Beiträge zu kooperativer Kommunikation, Alzheimer-Forschung, Künstlicher Intelligenz sowie geopolitischen Einflüssen auf die Wirtschaft. Weitere Informationen sind auf der Website des Studium Generale verfügbar.

➤ [Website Studium Generale](#)



Abschluss des Studium Generale im Wintersemester 2025/2026 mit (v.l.n.r.) Professorin Dr. Frauke Sander, Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz, Professor Dr. Mario Schmidt und Professorin Dr. Nadine Walter. (Foto: Cornelia Kamper)

Neues Führungsduo des vunk-Instituts gewählt



Der Gründer und bisherige Leiter des Instituts für Verbraucherforschung und nachhaltigen Konsum (vunk), Professor Dr. Tobias Brönneke (rechts im Bild) übergibt den "Staffelstab" an das neue Führungsduo Professorin Dr. Margarita Bidler und Professor Dr. Steffen Kroschwald.

Das interdisziplinäre Leitungsteam Professorin Dr. Margarita Bidler und Professor Dr. Steffen Kroschwald wurde im Rahmen der Mitgliederversammlung des vunk am 18. November 2025 gewählt.

Margarita Bidler ist Professorin für Customer Insights & Data Analytics. In ihrer Forschung befasst sie sich mit den Bereichen der Privatsphäre und des Konsumentenverhaltens im digitalen Kontext.

Steffen Kroschwald ist Professor für europäisches und internationales Wirtschaftsrecht. Er forscht insbesondere zum Recht in der Digitalisierung und digitaler Gesellschaften, im IT- und Daten- sowie Datenschutzrecht.

➤ Website HSPF

Neu an der Business School: Dr. Christian Steger übernimmt EY-Stiftungsprofessur

Zum Wintersemester 2025/2026 trat Dr. Christian Steger die Stiftungsprofessur „Steuer- und Wirtschaftsrecht“ an der Business School Pforzheim an.



Professor Dr. Christian Steger

Gestiftet wird die Professur von EY, wo Professor Dr. Christian Ph. Steger als Rechtsanwalt und Steuerberater tätig ist. So kann er eine langjährige Expertise in der Beratung von Familienunternehmen, Gesellschaftern und vermögenden Privatpersonen aufweisen. Steger hat Rechtswissenschaften an der Universität Bayreuth studiert und ist seit vielen Jahren als Referent in der steuerlichen Fachwelt präsent.

➤ Website BusinessPF

Abschied von der Business School: Professor Dr. Tobias Brönneke

Über mehr als zwei Jahrzehnte prägte Professor Dr. Tobias Brönneke Forschung, Lehre und Verbraucherpolitik an der Hochschule.

Mit einer feierlichen Abschiedsvorlesung verabschiedete sich Professor Dr. Tobias Brönneke im Januar 2026 von der Hochschule Pforzheim. Unter dem Titel „Werte – Wissenschaft – Ideologie“ zog er ein persönliches und wissenschaftliches Resümee. Er reflektierte das Verhältnis von Objektivität, Werteorientierung und

ideologischen Einflüssen in der Wissenschaft und betonte, dass wertegeleitete Forschung möglich und notwendig ist. Die Verabschiedung bot außerdem Anlass, seinen herausragenden Beitrag zur Verbraucherforschung und zur angewandten Rechtswissenschaft zu würdigen.

➤ Website BusinessPF

Drei herausragende Promotionen: Benjamin Fritz, Annika Pruhs und Aline Bauer

Gleich drei bemerkenswerte Promotionserfolge wurden im Wintersemester 2025/2026 gefeiert – ein starkes Zeichen für die wissenschaftliche Exzellenz der Forschungsbereiche rund um Nachhaltigkeit, Kreislaufwirtschaft und Umweltkostenrechnung. Die Dissertationen zeigen eindrucksvoll, wie vielfältig und praxisrelevant die Forschung an der Hochschule Pforzheim aufgestellt ist und wie sehr sie Themen prägt, die für Klimaschutz, Ressourceneffizienz und nachhaltige Transformation entscheidend sind. Die Arbeiten von Benjamin Fritz, Annika Pruhs und Aline Bauer stehen beispielhaft für eine neue Generation von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern, die wissenschaftliche Exzellenz mit gesellschaftlicher Relevanz verbinden.



Benjamin Fritz: Ökobilanz der Goldgewinnung

Als erster Absolvent des kooperativen Promotionskollegs Klima, Ressourcen und Circular Economy (KLIREC) hat Benjamin Fritz seine Dissertation mit magna cum laude (1,0) abgeschlossen. Seine Arbeit „Life Cycle Assessment of gold: Comparative evaluation of primary and secondary production“ analysiert die Umweltwirkungen der Goldgewinnung im Bergbau und im Recycling – mit besonderem Fokus auf den Klimafußabdruck sowie auf Quecksilberemissionen im handwerklichen Bergbau. Damit leistet Fritz einen wichtigen Beitrag zur internationalen Debatte um verantwortungsvolle Rohstoffgewinnung. Die Promotion wurde an der Fakultät für Bauingenieur-, Geo- und Umweltwissenschaften des KIT abgeschlossen.



Annika Pruhs: Kreislauffähige Produktentwicklung und Circular Design

Mit ihrer Dissertation im Themenfeld Circular Economy und nachhaltige Produktgestaltung zeigt Annika Pruhs, wie Unternehmen Kreislauffähigkeit systematisch in der frühen Designphase verankern können. Ihre Forschung beleuchtet Methoden, Werkzeuge und Gestaltungsprinzipien, die einen geschlossenen Materialkreislauf ermöglichen – und damit zentrale Bausteine für nachhaltige Wertschöpfung darstellen. Die Arbeit verbindet fundierte wissenschaftliche Analyse mit hoher Praxisrelevanz und ist ein wichtiger Beitrag zur Weiterentwicklung zirkulärer Designstrategien.



Aline Bauer: Weiterentwicklung des Material Flow Cost Accounting (MFCA)

Ebenfalls mit magna cum laude promovierte Aline Bauer (geb. Hendrich) an der Leuphana Universität Lüneburg. In ihrer Dissertation zur Weiterentwicklung der Materialflusskostenrechnung (MFCA) schließt sie eine lang bestehende Lücke: Sie erweitert das klassische ISO-14051-Modell um eine Bewertung von Maßnahmen entlang des Plan-Do-Check-Act-Zyklus. Durch die Verbindung von Kosten- und Klimaschutzperspektiven wird MFCA zu einem entscheidungsorientierten Instrument weiterentwickelt. Bauer ist Alumna des ersten Jahrgangs des Studiengangs Ressourceneffizienz-Management und ehemalige wissenschaftliche Mitarbeiterin des INEC.

20 Jahre Meyer-Stiftung – Förderpreise für herausragende Studierende

Mit einem festlichen Abend im Parkhotel Pforzheim feierte die Claus und Brigitte Meyer-Stiftung ihr 20-jähriges Bestehen und ehrte dabei fünf Studierende der Hochschule Pforzheim mit dem Thomas-Gulden-Preis und dem Alfred-Kärcher-Preis.

Seit zwei Jahrzehnten fördert die Stiftung junge Menschen, die durch besondere Leistungen und Engagement überzeugen. 2025 gingen die Thomas-Gulden-Preise an Fabian Braun, Jennifer Brödner, Sarah Ziegler und Marie Unger, der Alfred-Kärcher-Preis an Lennart Bohle. Rektor Professor Dr. Ulrich Jautz

betonte die Bedeutung der Stiftung für Bildungsgerechtigkeit und Perspektivenvielfalt: „Zwanzig Jahre Meyer-Stiftung – das bedeutet zwei Jahrzehnte gelebte Förderung von Bildung, Verantwortung und Zusammenhalt.“

➤ Website HSPF
➤ Website Meyer-Stiftung



20 Jahre Meyer-Stiftung: Fünf Studierende der Hochschule Pforzheim wurden mit Förderpreisen geehrt.

MMI-Team im Halbfinale der Digital Future Challenge

Ein Team des Masterstudiengangs Marketing Intelligence (MMI) der Business School Pforzheim hat bei der bundesweiten Digital Future Challenge überzeugt und den Einzug ins Halbfinale geschafft.



MMI-Team der Business School Pforzheim erreicht mit „Wizzn“ das Halbfinale der Digital Future Challenge.

Die Studierenden setzten sich mit ihrer Idee „Wizzn“ – einem Konzept für den generationsübergreifenden Wissenstransfer bei Bechtle – gegen 89 Vorschläge aus 30 Hochschulen durch und präsentierten ihr Projekt am 15. Januar 2026 in Berlin vor einer Fachjury. Auch wenn es am Ende nicht fürs Finale reichte, sammelte das Team wertvolle Erfahrungen, erhielt starkes Feedback aus der Praxis und zeigte eindrucksvoll, wie innovativ und lösungsorientiert der MMI-Nachwuchs arbeitet.

➤ Website BusinessPF
➤ Instagram

MCCM Alumna Lena-Mara Pfaffl gehört zu Young PR Pros der Kommunikationsbranche



Lena Mara Pfaffl

Lena Mara Pfaffl, Alumna des Masterstudiengangs Corporate Communication Management (MCCM, Abschlussjahrgang 2022), wurde vom PR Report als eine der „Young PR Pros des Jahres 2025“ ausgezeichnet – und damit zugleich in die renommierte „Top 30 unter 30“ Liste der Kommunikationsbranche aufgenommen.

Die Jury würdigte ihre kreative und strategisch starke Idee für die Plattform WIN:G sowie ihre überzeugende Präsentation, die sie gemeinsam mit Luisa Bechtloff entwickelte. Damit zählt Pfaffl offiziell zu den herausragenden Nachwuchstalente ihrer Branche.

➤ LinkedIn



Ulrike Rohn

Gastprofessorin Ulrike Rohn im Interview: „Kleine Schritte sind wichtig. Es ist wichtig, präsent zu sein. Und Misserfolge? Sie sind nur eine Lektion, die einen weiterbringen.“

Ulrike Rohn ist Professorin für Medienmanagement und -ökonomie an der Universität Tallinn und deren Baltic Film, Media and Arts School in Estland, wo sie den BFM Entrepreneurship Hub leitet. In ihrer Forschung konzentriert sie sich auf unternehmerische Entscheidungsfindung, die audiovisuelle Industrie, Medienmärkte, Web3 und Medienunternehmertum. An der Universität Tallinn unterrichtet sie Kurse wie „Einführung in Medienmanagement und -ökonomie“, „Grundbegriffe des Medienmanagements“ sowie „Unternehmerisches Denken“ für Masterstudierende und Doktoranden. Neben ihrer akademischen Arbeit moderiert Professorin Rohn den ScreenMe-Podcast, in dem sie sich mit Unternehmertum, Branchentrends und Innovationen im Mediensektor befasst.

Professorin Rohn, vielen Dank, dass Sie sich Zeit für dieses Interview genommen haben. Wie haben Sie als internationale Gastprofessorin, die zum ersten Mal an unserem Campus zu Gast ist, die Organisation, die Unterstützung und den allgemeinen Empfang hier an der Business School Pforzheim empfunden?

Einer meiner ersten Eindrücke war, wie unglaublich gut alles organisiert war, von dem Moment an, als vereinbart wurde, dass ich in Pforzheim lehren würde. Ich erhielt umgehend alle Informationen zur Einarbeitung und wurde mit dem ISP-Team in Kontakt gebracht. Der gesamte Einarbeitungsprozess für internationale Gastprofessoren scheint sehr strukturiert, gut durchdacht und äußerst professionell zu sein. Ich war auch beeindruckt davon, wie viele internationale Gastprofessoren Sie beherbergen. Mir wurde ein Büro zur Verfügung gestellt, wo ich andere internationale Dozenten traf, die zur gleichen Zeit hier lehren. Das führte zu einigen sehr interessanten Gesprächen, und wir planen bereits Kooperationen. Pforzheim wurde für uns zu einer Art Treffpunkt, was ich sehr schätze. Auch der Campus selbst hinterließ einen sehr guten Eindruck – viele Studenten hielten sich in der Mensa und in der Cafeteria auf, es herrschte eine lebhaftige Atmosphäre. Insgesamt hatte ich einen sehr positiven ersten Eindruck.

Haben Sie Unterschiede zwischen Ihren Studierenden zu Hause und den Studierenden hier in Pforzheim festgestellt?

In Pforzheim habe ich auf Bachelor-Niveau gelehrt. In Tallinn unterrichte ich in der Regel Masterstudierende und Doktoranden. Viele meiner Studierenden dort sind älter und arbeiten neben ihrem Studium in Teil- oder Vollzeit, insbesondere in der Kreativbranche – Medien, Film, Marketing –, sodass sie bereits über einiges an Berufserfahrung verfügen. Was mich hier in Pforzheim

positiv überrascht hat, war, dass auch viele Bachelor-Studierende über umfangreiche praktische Erfahrungen verfügten, oft durch Praktika. Einige hatten sogar schon eigene Unternehmen gegründet. Für Bachelor-Studierende fand ich das sehr beeindruckend. Das hat die Vorlesungen wirklich bereichert.

Sie haben hier in Pforzheim einen Kurs zum Thema „Unternehmerisches Denken“ unterrichtet. Könnten Sie den Kurs kurz beschreiben und erläutern, warum dieses Thema so wichtig ist?

Sehr gerne. Ich konzentriere mich nicht darauf, wie man ein Start-up im technischen Sinne gründet. Mein Fokus liegt auf unternehmerischem Denken und unternehmerischer Entscheidungsfindung – Chancen erkennen, die eigenen Ressourcen identifizieren, die eigenen Stärken und Netzwerke verstehen und abschätzen, welche Risiken man eingehen kann. Diese Denkweise lässt sich auf viele Aspekte des Lebens übertragen: die Wahl eines Themas für die Abschlussarbeit, die Karriereplanung oder andere wichtige Entscheidungen. Sie hilft den Studierenden, Verantwortung für ihren Werdegang zu übernehmen. Die Methode, die ich lehre, basiert auf Saras Sarasvathys Theorie des „Effectual Entrepreneurship“. Ich fordere die Studierenden zwar auf, Geschäftsideen zu entwickeln und diese zu präsentieren, aber ich möchte, dass sie vor allem eine bestimmte Denkweise und Herangehensweise aus dem Kurs mitnehmen. Ihr eigenes unternehmerisches Selbst. Das Hauptziel ist also die Denkweise – nicht die Geschäftsidee.

Ist das auch das, was Sie an diesem Thema am meisten fasziniert?

Ja, auf jeden Fall. Als Wissenschaftlerin muss ich selbstständig unternehmerisch handeln – ich muss Chancen erkennen, mit den richtigen Leuten zusammenarbeiten und meine Ressourcen einschätzen. Außerdem muss ich wissen, wie hoch meine tragbaren Verluste sind. Wenn ich mich beispielsweise um europäische Forschungsstipendien bewerbe, muss ich meinen „erschwinglichen Verlust“ berechnen: Wie viel Zeit kann ich mir leisten, um einen Antrag zu schreiben, auch wenn ich das Stipendium möglicherweise nicht bekomme? Diese Denkweise ist zutiefst unternehmerisch und lässt sich auf eine akademische Karriere übertragen. Deshalb vermitteln wir diese Denkweise auch Doktoranden.

Sie moderieren auch Ihren eigenen Podcast. Was hat Sie dazu motiviert, ihn zu erstellen, und welche Themen und Gäste präsentieren Sie darin?

Der Podcast heißt „ScreenMe Podcast“ und ist ein Projekt, das mir sehr am Herzen liegt. Ich wünschte, ich hätte mehr Zeit dafür, aber ich genieße jede Folge, die ich produziere. Der Podcast ist aus einem Horizon-2020-Projekt namens „ScreenMe“ (was für „Screen Media Entrepreneurship“ steht) hervorgegangen. Nach Abschluss des Projekts wollte ich mich weiter mit Unternehmertum im Bereich der Kreativ- und Bildschirmmedien beschäftigen und eine Plattform schaffen, um Forschungsergebnisse, Erkenntnisse und Branchentrends auszutauschen.

Der Podcast richtet sich an drei verschiedene Zielgruppen und behandelt drei verschiedene Themen:

1. Interviews mit Start-up-Unternehmern – häufig aus der Kreativ- oder Bildschirmmedienbranche. Einige sind Absolventen unserer Universität.
2. Trends in der Medien- und Kreativbranche – und welche unternehmerischen Möglichkeiten sich daraus ergeben.
3. Unternehmertum lehren – insbesondere für Studierende in kreativen Bereichen, aber nicht nur.

Ich persönlich finde den Podcast unglaublich bereichernd – ich kann mit faszinierenden Menschen sprechen, von ihnen lernen und Themen kuratieren, die ich für wichtig halte.

Gibt es eine bestimmte Folge, die Ihnen besonders in Erinnerung geblieben ist?

Ja, eine kürzlich ausgestrahlte Folge über Gesundheit und Wohlbefinden im Kreativbereich mit Mark Deuze aus den Niederlanden. Er hat ein Buch darüber geschrieben, wie die Leidenschaft, die Menschen für kreative Arbeit empfinden, sie auch gefährden kann – Burnout, psychische Probleme, hoher Stress. Ich hatte ein sehr interessantes Gespräch mit ihm.

Eine weitere denkwürdige Folge befasste sich mit wertorientierter Entrepreneurship-Lehre. Beim Unternehmertum geht es nicht nur um Gewinnmaximierung – es kann auch darum gehen, einen sinnvollen Beitrag zur Gesellschaft zu leisten und sich selbst zu verwirklichen. Das entspricht sehr stark meiner eigenen Lehrphilosophie.

Sie sprechen mit sehr internationalen Gästen. Sehen Sie kulturelle Unterschiede im unternehmerischen Denken?

Ich denke, dass das Wesentliche des unternehmerischen Denkens und Handelns weltweit universell ist. Aber der Kontext kann unterschiedlich sein. Estland zum Beispiel ist extrem unternehmerisch. Es hat eine der höchsten Zahlen an Start-ups und Jungunternehmen pro Kopf weltweit. Die digitale Infrastruktur ist außergewöhnlich, und das E-Residency-System zieht Gründer aus aller Welt an. Da Estland so klein ist – nur 1,3 Millionen Einwohner – herrscht dort die Mentalität: „Wenn ich es nicht mache, macht es niemand.“ In größeren Ländern gibt es diese Dringlichkeit nicht. Außerdem müssen estnische Unternehmer von Anfang an global denken, da der lokale Markt zu klein ist. Das unterscheidet sich von größeren Ländern wie Deutschland, wo eine internationale Expansion nicht sofort erfolgen muss.

Die Universität Tallinn ist eine der führenden Hochschulen und Forschungseinrichtungen Estlands. Sie bietet eine breite Palette von Studiengängen in den Bereichen Geisteswissenschaften, Sozialwissenschaften, Pädagogik, Kunst und digitale Medien an, wobei der Schwerpunkt auf interdisziplinärem Lernen und Innovation liegt. Insbesondere ihre Baltic Film, Media and Arts School (BFM) ist dafür bekannt, akademische Exzellenz mit praktischer Branchenerfahrung in den Bereichen Medien, Film und kreatives Unternehmertum zu verbinden.

Welchen Rat würden Sie Studierenden geben, die ein Unternehmen gründen möchten oder die kurz vor ihrem Abschluss stehen?

Die wichtigste Botschaft lautet: Unterschätzen Sie sich selbst und Ihre Ressourcen nicht. Damit meine ich nicht finanzielle Ressourcen, sondern ihr Netzwerk, ihre Fähigkeiten, ihre Erfahrungen und ihre Einzigartigkeit. Viele Studierende glauben, dass Unternehmertum nichts für sie ist, weil sie nicht „besonders“ genug sind. Beim Unternehmertum geht es jedoch nicht darum, außergewöhnlich zu sein, sondern darum, zu verstehen, was man zu bieten hat, und beharrlich zu sein. Wenn man einen Traum hat, sollte man Schritt für Schritt daran arbeiten und nicht ungeduldig sein. Kleine Schritte sind wichtig. Es ist wichtig, präsent zu sein. Ein Misserfolg ist

nicht endgültig – man lernt immer etwas daraus, oft etwas Entscheidendes, das einen auf einen neuen Weg führt. Beharrlichkeit, das Bewusstsein für die eigenen Stärken und die Bereitschaft zu lernen – das sind die Schlüssel zum Erfolg.

Möchten Sie zum Abschluss noch etwas hinzufügen?

Nur, dass mir das Unterrichten in Pforzheim sehr viel Spaß gemacht hat. Die Atmosphäre im Unterricht war wunderbar. Die Studierenden waren engagiert, respektvoll und haben sich gegenseitig unterstützt. Ich würde sehr gerne wiederkommen.

Vielen Dank, Professorin Rohn.



Dawie Bornman

Gastprofessor Dawie Bornman im Interview: „Das Leben und Arbeiten in einem anderen Land zwingt uns dazu, die Komfortzone zu verlassen – dort beginnt das echte Lernen.“

Dawie Bornman ist assoziierter Professor am Fachbereich Betriebswirtschaftslehre der Universität Pretoria und spezialisiert auf internationales und interkulturelles Kommunikationsmanagement sowie Unternehmertum. Mit einem akademischen Hintergrund in Marketing, Kommunikation und Unternehmertum hat er in mehreren europäischen Ländern, darunter Deutschland, Belgien und Österreich, gelehrt und gearbeitet. Eine prägende Phase seiner Karriere verbrachte er in Leipzig, wo er zwei Jahre lang als junger Wissenschaftler lebte und arbeitete, während er sein Doktoratsstudium (PhD) abschloss. Diese Erfahrung hatte einen nachhaltigen Einfluss auf seine akademische Entwicklung, seine Weltanschauung und seine Lehrphilosophie.

Professor Dr. Bornman, vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses Interview genommen haben. Ich habe erfahren, dass Ihr Besuch in diesem Jahr Ihr erster auf unserem Campus in Pforzheim war. Würden Sie uns einige Ihrer ersten Eindrücke vom Campus, der Stadt und den Menschen schildern?

Ja, das stimmt – ich war zum ersten Mal in Pforzheim. Die Ankunft dort war für mich tatsächlich ein ganz besonderes Erlebnis. Ich landete sehr früh am Morgen, als es noch dunkel war. Als wir nach Pforzheim kamen, ging gerade die Sonne auf, und es fühlte sich fast wie einer dieser „Aha-Momente“ an – die Stadt schien zu leuchten. Als ich später mehr über die Geschichte Pforzheims und seine Verbindung zu Schmuck und Handwerkskunst erfuhr, empfand ich diesen ersten Eindruck als ziemlich symbolisch. Da ich aus Südafrika komme, wo es über 30 Grad Celsius warm war, war die kalte Morgenluft ein großer Kontrast, aber der Empfang auf dem Campus selbst war sehr herzlich. Die Menschen waren äußerst freundlich. An meinem ersten Tag wurde ich vom International Office abgeholt und über den Campus geführt. Alle, die ich dort traf, waren freundlich, hilfsbereit und sehr unterstützend. Ein weiteres Highlight war die Erkenntnis, wie nah der Campus an der Natur liegt. Wir machten einen kurzen Spaziergang zur Bushaltestelle und von dort aus machten wir tatsächlich unsere ersten Schritte in den Schwarzwald. Es war wunderschön, den Wechsel der Jahreszeiten zu beobachten, das Licht auf den Blättern und die Sonne, die über der Landschaft auf- oder unterging. Was mich auch sehr beeindruckt hat, war, wie klein, intim und ruhig sich alles anfühlte. Da ich aus einer Großstadt wie Pretoria komme, war es erfrischend, an einem Ort zu sein, an dem man sich wirklich auf die anstehenden Aufgaben konzentrieren konnte.

Welche Unterschiede, wenn überhaupt, sind Ihnen

zwischen dem Universitätsleben in Südafrika und Deutschland aufgefallen?

Einer der ersten Unterschiede, die mir auffielen, war, wie die Studierenden zum Campus kommen. In Südafrika haben viele Studierende Autos oder bilden Fahrgemeinschaften, da sie oft weit vom Campus entfernt wohnen. In Pforzheim fand ich es toll zu sehen, wie die Studierenden zu Fuß gingen, öffentliche Verkehrsmittel nutzten und sich ganz natürlich auf dem Campus bewegten. Der Campus selbst ist viel kleiner als ich es gewohnt bin, was ihm eine sehr heimelige, gemütliche und einladende Atmosphäre verleiht. Ein weiterer großer Unterschied für mich war die Mensa. In Südafrika essen die Studierenden normalerweise an vielen verschiedenen Orten, aber hier habe ich gesehen, wie sich die Studierenden zur Mittagszeit versammeln, preiswertes und gutes Essen bekommen, gemeinsam essen und Zeit mit Freunden verbringen. Das schafft ein Gefühl der Nähe und Gemeinschaft, das ich sehr geschätzt habe. Ich fand es auch schön zu sehen, wie die Studierenden außerhalb der Vorlesungen Zeit miteinander verbrachten – sich unterhielten, lachten und an studentischen Aktivitäten teilnahmen.

Sie haben einen Kurs in internationalem und interkulturellem Kommunikationsmanagement unterrichtet. Was hat Ihr Interesse an diesem Bereich ursprünglich geweckt?

Mein Interesse hat zwei Gründe: einen akademischen und einen persönlichen. Akademisch gesehen habe ich

im Grundstudium Marketing studiert und dabei schnell erkannt, wie wichtig Kommunikation ist. Das hat mich zu einem Aufbaustudium im Bereich Kommunikation und schließlich zu einer internationalen Tätigkeit mit Menschen aus verschiedenen Kulturen geführt. Durch diese Erfahrungen habe ich gesehen, wie wirkungsvoll interkulturelle Kommunikation sein kann – nicht nur in der Zusammenarbeit mit anderen, sondern auch in Bezug darauf, wie viel man lernt, wenn man erkennt, dass die eigene Vorgehensweise nicht die einzige ist. Auch unterschiedliche Ansätze können zu sehr guten Ergebnissen führen. Auf persönlicher Ebene begann mein Interesse schon sehr früh im Leben. Als ich noch sehr jung war und gerade anfang zu sprechen, ermutigte mein Vater eine Frau, die bei uns zu Hause half, nur Setswana (ihre Muttersprache) mit mir zu sprechen. So wuchs ich mit Afrikaans (meiner Muttersprache), Englisch und Setswana auf. Afrikaans war meine Hauptsprache in der Schule, Englisch war meine Zweitsprache und die dritte Sprache lernte ich eher informell. Das Erlernen dieser Sprachen hat mir gezeigt, dass Sprache ein Mittel ist, um Fürsorge und Respekt zu zeigen. Wenn man versucht, mit jemandem in seiner Sprache zu kommunizieren, auch wenn es nicht perfekt ist, verändert das die Beziehung. Die Menschen fühlen sich wohler und respektierter. Das sieht man überall – sogar in Deutschland. Als ich versuchte, Deutsch zu sprechen, waren die Menschen sehr freundlich und hilfsbereit, auch wenn ich Fehler machte. Sie lachten mit mir, nicht über mich, und das schafft eine

Verbindung. Diese Erfahrungen sind mir im Gedächtnis geblieben und haben meine Sichtweise auf interkulturelle Kommunikation stark geprägt.

Haben Sie während Ihrer Lehrtätigkeit in Deutschland Unterschiede in der Kommunikation im Unterricht oder im Engagement der Schüler festgestellt?

Ja, auf jeden Fall. Ich habe eine kleine Gruppe von Masterstudierenden unterrichtet, und was mir besonders aufgefallen ist, war ihre Offenheit. Es war ihr letztes Modul, und man merkte, dass sie sich gut kannten und sich gegenseitig den Erfolg wünschten. Sie waren sehr engagiert und brauchten nicht viel Ermutigung, um sich zu beteiligen. Bei Gruppenarbeiten und Präsentationen bezogen sie ganz selbstverständlich die ganze Klasse mit ein, baten um Feedback und tauschten offen Ideen aus. Mit 16 Studierenden aus vielen verschiedenen Ländern war es wunderbar zu sehen, wie sie voneinander lernten und ihre unterschiedlichen Stärken in den Unterricht einbrachten. Besonders bedeutsam fand ich, wie offen sie ihre Erfahrungen mit Vorstellungsgesprächen teilten. Sie sprachen sowohl über Erfolge als auch über Situationen, in denen die Dinge nicht wie geplant verliefen. Diese Offenheit half anderen Studierenden, weniger ängstlich zu sein, und ermöglichte es allen, gemeinsam zu lernen. Das zeugte von großer Reife und gegenseitiger Unterstützung.

Sie haben zu Beginn Ihrer Karriere auch zwei Jahre in Leipzig verbracht. Wie hat Sie diese Erfahrung geprägt? Meine Zeit in Leipzig hatte einen tiefgreifenden Einfluss auf mich – akademisch, beruflich und persönlich. Es war das erste Mal, dass ich mein Zuhause verlassen habe und in einem anderen Land gelebt habe. Ich sprach da-

mals kein Deutsch und kannte nur sehr wenige Menschen, was die Erfahrung anfangs ziemlich einschüchternd machte. Akademisch hatte ich das Glück, mit führenden Wissenschaftlern im Bereich Kommunikationsmanagement zusammenzuarbeiten. Da ich jünger war als viele meiner Kommilitonen, war ich motiviert, mich zu beweisen und einen sinnvollen Beitrag zu leisten. Persönlich hat mir diese Erfahrung Resilienz und Unabhängigkeit beigebracht. Sie hat mich aus meiner Komfortzone herausgeholt und meinen Horizont erweitert. Mit der Zeit wurde ich offener dafür, die Sprache zu lernen, mich mit der lokalen Kultur auseinanderzusetzen und mich voll und ganz auf diese Erfahrung einzulassen. Diese Jahre beeinflussen noch heute meine Art zu lehren, meine Kursgestaltung und meinen Ansatz für internationale Zusammenarbeit.

Glauben Sie, dass digitale Kommunikationsmittel dazu beitragen, kulturelle Unterschiede zu überbrücken, oder können sie auch Herausforderungen mit sich bringen?

Ich denke, es ist ein bisschen von beidem. Digitale Tools bieten großartige Möglichkeiten für internationale Verbindungen und Zusammenarbeit. Gleichzeitig können sie zu Missverständnissen führen, insbesondere wenn nonverbale Signale fehlen. In der persönlichen Kommunikation verlassen wir uns stark auf Körpersprache und Tonfall, insbesondere in interkulturellen Situationen. Online sind diese Signale oft begrenzt, was je nach kulturellen Erwartungen zu unterschiedlichen Interpretationen führen kann. Wenn wir uns dieser Unterschiede jedoch bewusst sind, kann digitale Kommunikation sehr effektiv sein. Insgesamt versuche ich, positiv zu bleiben und Technologie eher als Chance denn als Hindernis zu betrachten.

Die Universität Pretoria ist eine der führenden öffentlichen Forschungsuniversitäten Südafrikas und befindet sich in der Verwaltungshauptstadt des Landes. Sie ist bekannt für ihren guten akademischen Ruf, ihre hohe Forschungsleistung und ihr internationales Engagement. Die Universität bietet eine breite Palette von Bachelor- und Masterstudiengängen in verschiedenen Fachbereichen an und legt großen Wert auf Innovation, interdisziplinäre Zusammenarbeit und die Vorbereitung der Absolventen auf Führungsaufgaben im globalen Kontext.

Was gefällt Ihnen an Ihrer Arbeit als Dozent und Forscher am besten?

Für mich sind Forschung und Lehre eng miteinander verbunden. Durch die Forschung bleibe ich über das Weltgeschehen auf dem Laufenden und kann meine Lehre verbessern. Vor einer Klasse zu stehen, ist jedoch der Ort, an dem ich meiner Meinung nach den größten Einfluss ausüben kann. Ich bin fest davon überzeugt, dass Lernen Spaß machen sollte. Wenn mir der Unterricht Spaß macht, macht er auch den Studierenden eher Spaß. Ich versuche, eine Atmosphäre zu schaffen, die lehrreich, aber auch ansprechend und einprägsam ist. Manchmal bedeutet das, ein wenig unkonventionell zu sein, aber diese Momente bleiben den Studierenden oft noch lange nach Ende des Unterrichts in Erinnerung.

Zum Schluss: Welchen Rat würden Sie Studierenden geben, die eine Karriere im Bereich Unternehmensführung oder in einem internationalen, interkulturellen Umfeld anstreben?

Ich würde Studenten dazu ermutigen, schon während ihres Studiums Erfahrungen zu sammeln. Jede Art von Arbeit hilft dabei, Selbstvertrauen aufzubauen und Netz-

werke zu knüpfen. Es ist auch wichtig zu akzeptieren, dass es Herausforderungen und Momente geben wird, in denen die Dinge nicht wie geplant laufen. In solchen Momenten findet echtes Wachstum statt. Eine positive Einstellung, Lernbereitschaft und Respekt gegenüber anderen bringen sie weit. Insbesondere den Studierenden in Pforzheim möchte ich sagen: Behalten Sie diese positive Energie bei. Sie wird Ihnen helfen, Herausforderungen zu meistern und Chancen zu erkennen, während Sie Ihren Weg gehen.

Möchten Sie noch etwas hinzufügen?

Ich möchte mich bei allen Mitarbeitern der Hochschule Pforzheim für ihre Unterstützung bedanken. Ein großes Dankeschön an Simone Huck-Sandhu und Felix Krebber für ihr Vertrauen und die Einladung als Gastdozent an die Hochschule Pforzheim. Ein großes Dankeschön auch an Vanessa Haberer, Jochen Ebert und sein Dream Team im International Office für ihre großartige Unterstützung.

Vielen Dank für diese Gelegenheit, Sie interviewen zu dürfen, Professor Dr. Bornman.



Lydia Michael

Gastdozentin Lydia Michael im Interview: „Finden Sie heraus, worin Sie gut sind, aber überlegen Sie auch, wo Sie in der Geschäftswelt einen Mehrwert schaffen können.“

Lydia Michael ist Marketing- und Markenstrategin, Lehrbeauftragte, Rednerin und Autorin. Sie hat es sich zur Aufgabe gemacht, Marken und Unternehmen dabei zu helfen, ihr Potenzial auszuschöpfen und ihre Geschichte durch menschenzentriertes, emotional ansprechendes Marketing zum Leben zu erwecken. Nach ihrem MBA-Abschluss an der Hochschule Pforzheim gründete sie Blended Collective, eine Beratungsfirma, die sich mit Strategie, Positionierung und Wachstum befasst. Derzeit unterrichtet Lydia Digitales Marketing an der Lawrence Technological University in den USA. 2023 veröffentlichte sie das Buch „Brand Love – Building Strong Consumer Brand Connections“, in dem sie Konzepte für den Aufbau emotionaler Markenbindungen und die Förderung von Loyalität vorstellt.

Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses Interview genommen haben. Sie haben vor einigen Jahren unseren MBA-Studiengang International Management abgeschlossen. Wie war es für Sie, im Herbst an den

Campus zurückzukehren, diesmal als Professorin statt als Studentin?

Es war ein unglaubliches Gefühl – als hätte sich der Kreis geschlossen. Vor zehn Jahren kam ich zum ersten Mal hierher, um zu studieren, und vor etwa einem Jahr begann ich zu unterrichten. Die Rückkehr fühlte sich wie eine natürliche Entwicklung an. Ich hatte den Kontakt zum Studiengangleiter und zum Team aufrechterhalten, daher schien es mir der richtige Zeitpunkt zu sein, den Studierenden im Unterricht etwas zurückzugeben, als sich die Gelegenheit bot.

Können Sie uns eine Erinnerung oder Erfahrung aus Ihrer Zeit als Studentin hier mitteilen, die Sie bis heute prägt?

Eine der wichtigsten Erkenntnisse war die interkulturelle Erfahrung. Wir hatten zweiundzwanzig Studenten aus elf verschiedenen Ländern. Diese Vielfalt hat mir nicht nur beigebracht, unterschiedliche Perspektiven zu verstehen, sondern auch, mich in der kulturellen Landschaft zurechtzufinden – sowohl beruflich als auch persönlich. Ich erinnere mich sowohl an positive als auch an herausfordernde Momente, und sie haben mein Verständnis davon geprägt, wie ich das Beste aus mir herausholen und gleichzeitig respektvoll und anpassungsfähig sein kann. Auch heute noch denke ich oft über diese Erfahrungen nach.

Sie sind heute erfolgreiche Unternehmerin und Autorin. Hatten Sie schon als Studentin vor, Unternehmerin,

Autorin oder Professorin zu werden, oder hat sich das erst später entwickelt?

Es hat sich definitiv weiterentwickelt. Während meines Studiums hatte ich tatsächlich ein kleines Nebengeschäft, in dem ich Business- und Sprachtrainings für internationale Expatriates angeboten habe. Unternehmertum hat mich schon immer interessiert, und ich hatte bereits Berufserfahrung in kleinen Unternehmen gesammelt, bevor ich mich für das internationale MBA-Programm eingeschrieben habe. Nach meinem Abschluss habe ich über eine Karriere in einem Unternehmen nachgedacht, aber keine der Möglichkeiten schien mir die richtige zu sein. Das hat mich dazu gebracht, meinen eigenen Bereich und meine eigene Lösung zu schaffen, was zur Gründung von Blended Collective führte, einer Marketing- und Markenberatung, die meine Interessen in den Bereichen Marketing und Kultur vereint. Ich hatte ein kleines Sicherheitsnetz aus meinem früheren Unternehmen, also habe ich mich entschlossen, den Sprung zu wagen – und acht Jahre später wächst das Unternehmen immer noch.

Können Sie die Arbeit von Blended Collective und die von Ihnen angebotenen Dienstleistungen beschreiben? Blended Collective arbeitet an der Schnittstelle zwischen Strategie, Markenpositionierung und Unternehmenswachstum. Wir unterstützen Marken und Organisationen dabei, ihre Präsenz durch umfassende Marketing- und Branding-Maßnahmen aufzubauen und auszubauen. Zu unseren Dienstleistungen gehören Markenstrategie und

-positionierung, Markenentwicklung, Marketing-Wachstumsinitiativen sowie Schulungsprogramme und Workshops.

Hat Ihre Zeit im MBA-Programm Ihre heutige Arbeit beeinflusst?

Auf jeden Fall. Eine relevante Erfahrung war ein Beratungsprojekt bei Deloitte, das Projektmanagement und Beratung kombinierte. Durch die Beobachtung unseres Professors, der früher Berater bei Deloitte gewesen war, lernte ich viel über Führungsqualitäten, Professionalität und den Spagat zwischen hohen Erwartungen und Nahbarkeit. Diese Erfahrung hat meine heutige Arbeitsweise geprägt. Auch meine MBA-Abschlussarbeit bei L'Oréal hatte einen nachhaltigen Einfluss. Ich konzentrierte mich darauf, eine Haarpflegemarke auf dem deutschen Haarpflegemarkt unter Verwendung des Konzepts der Markenliebe neu zu lancieren – eine Arbeit, die mich schließlich zu einem Buch inspirierte, das ich Jahre später schrieb. Viele Elemente meiner MBA-Erfahrung sind auf überraschende Weise zurückgekehrt und beeinflussen meine aktuelle Arbeit.

Sie haben Kurse wie digitales Marketing, globales Marketing und multikulturelles Branding unterrichtet. Was fasziniert Sie am Unterrichten und wie begeistern Sie Ihre Studierenden?

Digitales Marketing ist faszinierend, weil es überall präsent ist, sich ständig weiterentwickelt und uns dazu anregt, neugierig und anpassungsfähig zu bleiben. Ich

bringe praktische Übungen in die Vorlesung ein und helfe den Studierenden dabei, digitale Tools im Alltag anzuwenden – sei es für persönliche, akademische oder berufliche Zwecke. Außerdem macht es mir Spaß, meinen Lehrstil an die unterschiedlichen Hintergründe meiner Studierenden anzupassen. Beispielsweise erfordern die kulturellen und motivationalen Unterschiede, die ich zwischen Studierenden in Deutschland und den USA beobachte, dass ich meinen Ansatz ständig anpasse. Das spiegelt das reale Marketing wider, wo man Strategien an seine Zielgruppe anpassen muss.

Sie sind in Deutschland geboren und aufgewachsen, dann in die USA gezogen und für Ihren MBA nach Deutschland zurückgekehrt. Was hat Ihnen den Mut gegeben, diese großen Schritte zu wagen?

Als ich Deutschland nach der 12. Klasse verließ, fühlte ich mich unvollständig, da ich das Erwachsenenleben dort noch nicht vollständig erlebt hatte. Die Rückkehr für

meinen MBA war sowohl eine persönliche als auch eine berufliche Reise. Ich wollte beweisen, dass ich in Deutschland auf eigenen Beinen stehen konnte, ein unabhängiges Leben führen, mein Studium bewältigen, meine geschäftlichen Sprachkenntnisse erweitern und wieder Kontakt zu Freunden aufnehmen konnte. Es ging darum, Selbstvertrauen zu gewinnen, Möglichkeiten zu erkunden und mich sowohl persönlich als auch beruflich weiterzuentwickeln. Das Reisen durch Europa war ein großer Pluspunkt!

Haben Sie einen Rat für Studierende, die eine internationale Karriere anstreben?

Finden Sie heraus, worin Sie gut sind und was Ihnen Spaß macht, aber überlegen Sie auch, wo Sie in der Geschäftswelt einen echten Mehrwert bieten können. Es reicht nicht aus, nur Ihrer Leidenschaft oder finanziellen Anreizen zu folgen – Sie brauchen eine Kombination aus beidem. In internationalen Karrieren sind kulturelles

Bewusstsein und Offenheit für unterschiedliche Perspektiven gleichermaßen wichtig. Neugierig und aufgeschlossen zu bleiben, ist für langfristigen Erfolg unerlässlich.

Möchten Sie zum Abschluss noch etwas hinzufügen?

Eine Sache, die ich in meinen Vorlesungen immer wieder betone, ist, dem Weg zu vertrauen. Von außen betrachtet mag meine Karriere linear und strategisch erscheinen, aber das war sie damals ganz sicher nicht. Nichts schien perfekt zusammenzupassen. Mit der Zeit jedoch verbinden sich die Punkte, und im Nachhinein ergibt alles einen Sinn. Bleiben Sie also offen, vertrauen Sie Ihrem Weg und lassen Sie sich von Ihren Erfahrungen formen.

Vielen Dank für Ihre Zeit, Lydia.

Ich danke Ihnen. Es war mir ein Vergnügen.

Alumni im Interview:

Lukas Hurrle



Lukas Hurrle

Lukas Hurrle hat 2007 sein Bachelorstudium in International Marketing abgeschlossen. Anschließend absolvierte er den Master in Creative Communication and Brand Management 2009 an der Business School. Seit inzwischen 16 Jahren arbeitet er bei seinem ersten Arbeitgeber Beiersdorf in Hamburg. „Als Trainee gestartet, habe ich mich kontinuierlich weiterentwickelt und bin heute Lead of Innovation and Discovery & Strategy NIVEA MEN. Momentan arbeite ich in Teilzeit und teile mir meine Führungsposition im Job Sharing – eine Erfahrung, die mir geholfen hat, New Work aus erster Hand zu erleben und

ein besseres Verständnis als Führungskraft zu entwickeln. Titel waren mir dabei nie wichtig, sondern der Inhalt meiner Arbeit und die Lernmöglichkeiten, die sie bietet“, berichtet Lukas Hurrle. Sein beruflicher Weg hat ihn nicht nur in die Zentrale von Beiersdorf, sondern auch nach Chile und Kasachstan geführt. Für NIVEA und NIVEA MEN durfte Lukas Hurrle dort in lokalen, regionalen und globalen Teams arbeiten, was ihm tiefe Einblicke in die Vielfalt internationaler Märkte und Kulturen ermöglicht hat. Diese Bandbreite an Erfahrungen habe ihn stets motiviert.

Wie kamen Sie auf die Idee, an der Hochschule Pforzheim zu studieren?

Eigentlich wollte ich ein Kunststipendium ergatteren und hatte Pforzheim wegen der Verwandtschaft auf dem Radar. Aber als ich auf die Website der Hochschule stieß, blinkte mir etwas ganz anderes ins Auge: Der Studiengang BIM (Bachelor International Marketing). In der Beschreibung stand viel Spannendes, aber das Entscheidende war: Marketing, Double Degree, Hauptstudium in Mexiko. Das klang wie ein Abenteuer! Pionier in einem neuen Studiengang zu sein, Marketing als „kreatives“ Fach zu entdecken, zwei Abschlüsse zu machen, Spanisch zu lernen – alles passte plötzlich perfekt. Die Ernüchterung kam dann direkt am ersten Tag, als ich realisierte: Das ist ein BWL-Studium – mit Mathe, Statistik, Rechnungswesen und Recht. Das war’s mit der Kunst! Im Nachhinein bin ich natürlich sehr froh darüber mich dieser Herausforderung gestellt zu haben insbesondere als ich mich dann für den MCM entschieden habe.

Mit der Hochschule Pforzheim verbinde ich...

... unzählige Abende mit dem AstA, im Plus, dem Studentenheim oder beim 5-Sternedöner mit Freunden fürs Leben, Sprachkurse in Spanisch und Arabisch und die vielleicht intensivste Zeit meines Lebens in einer Bibliothek – mit einem fantastischen Ausblick, der für das Pauken oft entschädigt hat.

Haben Sie jemals an ihrer Studienwahl gezweifelt?

Besonders, als ich merkte, dass „Marketing“ nicht nur Werbespots und kreative Kampagnen bedeutet, sondern dass BWL das Fundament ist. Aber Spaß beiseite, denn rückblickend war es eine glückliche Fügung: Die Kombination aus Theorie und Praxis hat mich optimal auf den Berufseinstieg vorbereitet. Viele Professoren haben einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Die Entscheidung für eine praxisnahe Hochschule und nicht die Uni würde ich immer wieder treffen – und empfehle sie auch gerne weiter.

Man kann nicht in Pforzheim studiert haben, ohne...

... beim “Farbenrausch” dabei gewesen zu sein (gibt es den eigentlich noch? Anm. d. Redaktion: Leider gibt es dieses legendäre Event in der Fakultät für Gestaltung nicht mehr), auf der Werkschau des Mode-Studiengangs über den Laufsteg zu laufen oder im Winter den magischen Sonnenaufgang über dem nebelverhangenen Tal aus der Bibliothek zu bewundern.

Was sind – aus Ihrer Sicht – die wichtigsten Stationen auf Ihrem beruflichen Weg?

Jede Station brachte ihre Herausforderungen und Erfolge mit sich. Besonders stolz bin ich auf die vielen Markteinführungen und Werbekampagnen für NIVEA und NIVEA MEN, die ich als Manager betreuen konnte, sowie auf meine Zeit als Marketing Direktor in Kasachstan für die Region Eurasien. Die lokale, regionale und globale Arbeit hat mich beruflich und persönlich geprägt. Ein weiteres Highlight war die Mitarbeit im Agentur-Pitch-Team, das die neue Lead-Agentur für NIVEA auswählte. Doch das Wichtigste sind die Menschen, die ich im internationalen Umfeld kennenlernen durfte. Von ihnen habe ich gelernt – nicht nur über meinen Beruf, sondern auch als Mentor und Mentee über mich selbst. Diese Learnings gebe ich regelmäßig in Gastvorträgen an und Projekten mit Studierenden weiter, auch in Pforzheim.

An meiner Tätigkeit als Lead of Innovation, Discovery and Strategy bei NIVEA MEN gefällt mir am meisten...

...die Nähe zu unseren Märkten und den Menschen, für die wir die Produkte entwickeln. Es ist etwas Besonderes und eine große Herausforderung, so nah an den Konsumenten und ihren Bedürfnissen zu arbeiten.

Besonders stolz bin ich auf...

...die Tatsache, für eine Weltmarke wie NIVEA arbeiten zu dürfen und mit meiner Arbeit einen kleinen Beitrag zu ihrem Erfolg zu leisten. Noch stolzer bin ich allerdings auf meine Kinder und darüber, Vater zu sein.

Wenn ich mehr Zeit zur Verfügung hätte, ...

...vor ein paar Jahren habe ich mich entschieden, meine Karriere in Teilzeit fortzusetzen. Das gibt mir mehr Zeit für meine Familie und für mich selbst – und macht mich bei der Arbeit sogar leistungsfähiger. Für mich ist das ein perfektes Gleichgewicht. Ich brauche also nicht mehr Zeit, ich nehme sie mir für das was mir wichtig ist.

Alumni im Interview:

Melanie Malz



Melanie Malz

Melanie Malz hat 2018 ihr Bachelorstudium in Betriebswirtschaft / International Marketing an der Business School Pforzheim abgeschlossen. Derzeit ist sie als Project Manager bei Ravensburger im Bereich „Puzzle Build Create“ tätig und erweckt Projekte zu neuen Spielzeugen zum Leben. Nach einem Master in Amsterdam und einem Job in München zog Melanie Malz 2021 in ihre Heimat am Bodensee zurück, wo sie mit ihrem Partner und ihrem Welpen wohnt.

Meine beste Erinnerung an die Hochschule Pforzheim ist auf jeden Fall...

... die Mitarbeit in den Hochschulinitiativen, beziehungsweise auch die Teilnahme an den Events von diesen. Das war immer eine tolle Möglichkeit, neue Leute kennen zu lernen. Ich erinnere mich selig an das Suchen von Klingelschildern beim „Running Dinner“.

In meiner heutigen Tätigkeit profitiere ich aus meinem Studium von...

...einer wirklich breitgefächerten Ausbildung. Kein Job ist strikt das eine oder das andere und somit ist es von Vorteil, in verschiedene Bereiche Einblicke gewonnen zu haben. Wer international arbeiten will, profitiert auch stark von Auslandssemestern und enger Zusammenarbeit mit Studierenden anderer Länder.

Der klassische Arbeitstag als Project Manager bei Ravensburger...

Kein Tag ist wie der andere – was den Job auch so spannend macht. Jedes Produkt ist anders, was einen täglich vor eine neue Herausforderung stellt. Aber wenn es dann bei einem Kind unter dem Weihnachtsbaum liegt? Der Stolz ist nicht zu übertreffen!

Ich beginne meinen Tag mit...

... einem Kaffee im Bett, wenn ich Glück habe, und mein Partner vor mir aufsteht. Dann geht es mit unserem Welpen nach draußen—der dann wieder schläft, während ich arbeite. Fies, eigentlich.

Mein Tipp für Studierende

Nehmt alles mit, was ihr könnt. Ihr wisst nie, welcher Kontakt sich später mal noch bezahlt machen könnte. Natürlich wird es hier und da auch mal Rückschläge geben, aber die führen dazu, dass ihr umso mehr lernt. Ach so, und: Am Ende fragt niemand, ob es zwei Versuche für die Klausur gebraucht hat.

Alumni im Interview:

Sarah Schwenk



Sarah Schwenk

Sarah Schwenk schloss 2016 ihren Bachelor im Studiengang Betriebswirtschaft / Marketingkommunikation und Werbung ab. Anschließend arbeitete sie als Marketingleitung bei der farbtex GmbH in Dornstetten und absolvierte parallel dazu ein berufsbegleitendes Masterstudium im Bereich E-Commerce und Social Media. Im Jahr 2022 begann sie damit, die Social-Media-Kanäle des Bauernhofs der Familie aufzubauen. Gemeinsam mit ihrem Mann führt Sarah Schwenk heute den Betrieb mit rund 300 Milchkühen und einer Biogasanlage. Ihre Hauptaufgaben liegen dabei im Bürobereich sowie in der Personalverwaltung. Seit 2024 arbeitet Sarah Schwenk im Rahmen des SWR-Talentnetzwerks sowie für die SWR Landesschau mit dem Südwestrundfunk zusammen. Durch diese Zusammenarbeit hofft sie, „noch mehr Menschen über die Landwirtschaft in Deutschland aufklären zu können.“

In meiner heutigen Tätigkeit profitiere ich aus meinem Studium von...

... einer Vielzahl an Themen. Denn ich habe Marketingkommunikation und Werbung studiert und bin auch heute durch unsere Social-Media-Aktivitäten noch in diesem Bereich tätig, auch wenn ich eigentlich primär einen landwirtschaftlichen Betrieb mit meinem Mann führe.

Der klassische Arbeitstag auf unserem Hof...

...den gibt es eigentlich nicht. Denn auf einem landwirtschaftlichen Betrieb unserer Größe kann immer etwas Unvorhergesehenes passieren. Natürlich haben wir unsere täglichen Routinearbeiten wie Melken und Tiere füttern. Aber ansonsten bleibt es immer spannend, was der Tag bringt.

Ich beginne meinen Tag mit...

...so viel Ruhe wie möglich. Vor allem versuche ich darauf zu achten, nicht direkt auf mein Handy zu schauen. Zumindest nicht innerhalb der ersten Stunde nachdem ich aufgestanden bin. Denn den Rest des Tages bin ich mit filmen, schneiden oder dem Verfassen von Skripten beschäftigt. Außerdem habe ich noch zwei kleine Kinder, die mich den Rest des Tages auf Trab halten. Deshalb ist Ruhe und handyfreie Zeit am Morgen für mich eine wichtige Priorität.

Mein Tipp für Studierende

Ergreift Eigeninitiative, geht den Dingen nach, die ihr gerne tut und bleibt dran.

Alumni im Interview:

Dominik Wölfle



Dominik Wölfle

Dominik Wölfle studierte von März 2020 bis September 2023 Wirtschaftsrecht an der Business School Pforzheim. Im Anschluss daran absolvierte er von Oktober 2023 bis Januar 2025 den Masterstudiengang Creative Direction an der Fakultät für Gestaltung der Hochschule Pforzheim.

Engagement, Netzwerke und neue Perspektiven

Wenn Dominik Wölfle auf sein Studium an der Business School Pforzheim zurückblickt, dann denkt er nicht zuerst an Vorlesungssäle oder Klausuren. Viel prägender waren für ihn die Erfahrungen, die er außerhalb des Hörsaals sammelte – im AstA, als Mitglied des Studierendenrats, als Tutor oder als studentische Hilfskraft beim HEED. So meint er: „Ich bin überzeugt: Ein guter Student zeichnet sich dadurch aus, wie er die Zeit zwischen den Vorlesungen nutzt“. Schon früh suchte er nach Möglichkeiten, Neues auszuprobieren und Verantwortung zu übernehmen. Ob als Vorsitzender einer Hochschulgruppe während eines vorangegangenen Studiums, im AstA-Vorstand in Pforzheim oder später als Ansprechpartner in der Design Factory: Dominik nutzte die Chancen, die sich ihm eröffneten, um sich persönlich weiterzuentwickeln. „Initiativen sind eine super Gelegenheit, über den eigenen Studiengang hinaus Freundschaften zu schließen, andere Perspektiven kennenzulernen und praxisnahe Erfahrungen zu sammeln“, betont er.

Gerade diese Offenheit für Chancen brachte ihn auch zu seinem nächsten Schritt: dem Masterstudiengang Creative Direction. Auf den ersten Blick scheint der Weg vom Bachelor in Wirtschaftsrecht dorthin nicht naheliegend – für Dominik jedoch war es die logische Konsequenz. „An Wirtschaftsrecht hat mich besonders die Methodik fasziniert: komplexe

Probleme analysieren, Strukturen entwickeln, Lösungen finden. Für den Master wollte ich noch mehr lernen, kreativ und interdisziplinär zu arbeiten, Konzepte zu entwickeln, die zeitlos anwendbar sind.“ Der Studiengang bot ihm genau das: Projektarbeit im Team, neue Denkansätze und die Freiheit, Innovation praktisch zu gestalten. Empfohlen wurde ihm der Studiengang wie auch die Anstellung als studentische Hilfskraft beim HEED von Mitgliedern des AstA.

Sein Werdegang verdeutlicht, wie wertvoll es ist, offen zu bleiben, Gelegenheiten zu ergreifen und die Studienzeit aktiv zu gestalten. Er selbst sagt rückblickend: „Man sollte sich nicht zu sehr von der Regelstudienzeit stressen lassen. Ein Semester mehr eröffnet Freiraum.“ Und dieser Freiraum kann Türen öffnen, die man sonst vielleicht nie entdeckt hätte.“ Dominik Wölfles Geschichte zeigt, wie persönlich das Studium an der Hochschule Pforzheim erlebt werden kann – mit viel Raum für Austausch, welcher das Fundament für nachhaltig gewachsene Netzwerke bildet.

5 schnelle Fragen an Dominik Wölfle

1. Wie würdest du dein Studium in Pforzheim beschreiben?
➤ inspirierend und selbstbestimmt.
2. Welche Fähigkeit hast du dir angeeignet?
➤ Lösungen finden und sich schnell in Themen einarbeiten.
3. Dein Lieblingessen in der Mensa?
➤ Die Currywurst – „immer solide“.
4. Dein Lieblingsplatz an der Hochschule?
➤ Das AstA-Büro.
5. Was würdest du beim nächsten Mal anders machen?
➤ Weniger Druck mit der Regelstudienzeit – und das Studium noch mehr genießen.



8.000 Kilometer für den guten Zweck: Alumnus John Müller radelt nach Indien, um Spenden für erkrankte Jugendliche zu sammeln (Foto: Susanne Materac).

IB-Alumnus John Müller: Mit dem Fahrrad von Berlin zum Taj Mahal

Mit einem Mut, der ansteckt, und einer Vision, die weit über die eigene Komfortzone hinausreicht, hat sich John Müller, Alumnus des Studiengangs International Business an der Business School Pforzheim, auf ein außergewöhnliches Abenteuer eingelassen: Er ist mit dem Fahrrad von Berlin zum Taj Mahal aufgebrochen – eine Strecke von rund 8.000 Kilometern. Sein Ziel: mindestens 8.000 Euro Spenden zu sammeln.

Was als Idee begann, wurde für John schnell zu einer Herzensmission. In seinem LinkedIn-Video mit den Worten „I just quit my job to ride a bicycle to India“ erzählt er von seiner Entscheidung, seinen sicheren Job hinter sich zu lassen, um ein Projekt zu verfolgen, das persönliches Wachstum, kulturelle Begegnungen und soziales Engagement verbindet. Über YouTube-Shorts und regelmäßige Updates nimmt er seine wachsende Community mit auf jede Etappe – durch Städte, über Grenzen und durch ungeplante Herausforderungen, die eine solche Reise zwangsläufig mit sich bringt. Johns Route führt ihn über Osteuropa,

den Nahen Osten und weiter durch Süd-asien bis ins Herz Indiens, wo das ikonische Taj Mahal sein symbolisches Ziel markiert. Doch die Reise ist weit mehr als ein sportlicher Kraftakt: Sie ist ein Statement für Entschlossenheit, für globales Denken und für die Bereitschaft, eigene Möglichkeiten für andere einzusetzen. Mit jedem Kilometer macht John auf sein Spendenprojekt aufmerksam, das er bewusst mit der Zahl 8.000 km = 8.000 Euro verknüpft hat.

 LinkedIn
 YouTube

Was war, was kommt?

Mehr Raum für Ideen: Business School eröffnet drei moderne Arbeitslabore

Die Business School Pforzheim hat drei neue Lern- und Arbeitslabore eröffnet, um Studierenden ihrer Bachelor- und Masterstudiengänge eine moderne und praxisorientierte Arbeitsumgebung zu bieten.



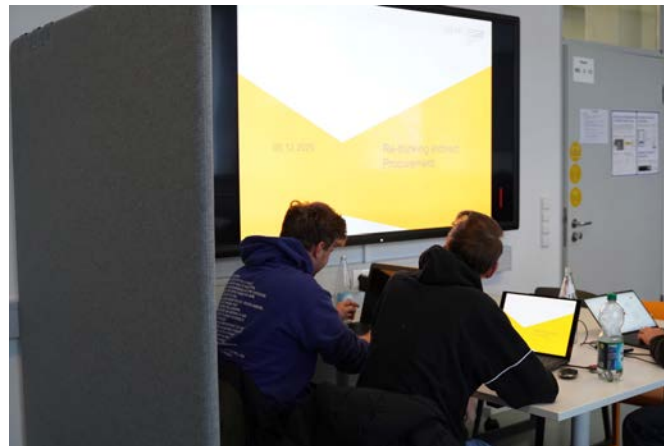
Labor W2.4



Labor W2.1



Labor W2.1



Labor W2.3

Die Räume sind mit flexiblen Arbeitsplätzen, ergonomischen Möbeln und aktueller Technik ausgestattet und fördern digitale Kollaboration sowie projektorientiertes Arbeiten. Damit setzt die Business School ein klares Zeichen für Innovation und bereitet Studierende optimal auf die Anforderungen der Berufspraxis vor.

➤ Website BusinessPF

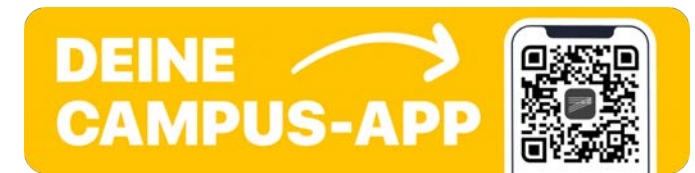
Neue Campus-App **MY HS PF** für Studierende und Mitarbeitende

Seit dem 10. Dezember 2025 steht allen Studierenden und Mitarbeitenden der Hochschule Pforzheim die neue Campus-App MY HS PF zur Verfügung. Sie ersetzt die bisherige UniNow-App.

MY HS PF bündelt zentrale Funktionen wie Hochschul-Mails, Mensaplan, Campus Map mit Navigation, Echtzeit Busverbindungen und weitere studienrelevante Informationen in einer modernen, übersichtlichen

Plattform. Damit erleichtert die Campus-App den täglichen Zugriff auf wichtige Services und unterstützt einen reibungslosen Campusalltag.

➤ Website BusinessPF



Filmreif: Hochschulorchester beweist musikalische Vielfalt



Das Hochschulorchester verwandelte den Walter-Witzenmann-Hörsaal in einen Kinosaal (Foto: Cornelia Kamper)

Unter dem Titel „Filmreif – das Hochschulorchester spielt auf“ präsentierte das Hochschulorchester im Audimax der Hochschule Pforzheim einen Konzertabend zwischen Klassik und Kino

Das Programm umfasste Film-
musik und orchestrale Werke,
darunter Henry Mancinis
„Theme from Pink Panther“,
Frederick Delius' „Intermezzo
– The Walk to the Paradise

Garden“ sowie die Live Beglei-
tung des Kurzfilms Wallace &
Gromit – The Wrong Trousers.
Unter der Leitung von Jasper
Lecon zeigten die 42 Musike-
rinnen und Musiker die Vielfalt

orchestralen Musizierens und
verbanden Präzision, Klang-
farben und erzählerische Ele-
mente.

[➤ LinkedIn](#)

„Secret Pack Automaten“ im Fokus: vunk-Direktor Professor Dr. Steffen Kroschwald

Im Oktober-Heft 2025 von Dein SPIEGEL (Ausgabe Nr. 11) ordnet Professor Dr. Steffen Kroschwald, Direktor des Instituts für Verbraucherforschung und nachhaltigen Konsum (vunk), einen Trend ein, der derzeit in vielen deutschen Städten sichtbar wird: sogenannte Secret Pack Automaten.

Diese Automaten bieten verpackte Überraschungspakete an – ihr Inhalt bleibt bis zum Öffnen völlig unklar. Von Elektronik und Mode bis hin zu ungeeigneten oder sogar gefährlichen Produkten kann alles enthalten sein. Für Kroschwald ist das ein Anlass zur Sorge: Aus Sicht des Verbraucherrechts und der Nachhaltigkeit bergen die Automaten erhebliche Risiken. Viele der angebotenen Pakete bestehen aus Rücksendungen großer Online-Shops, die nicht mehr regulär verkauft werden können. Kroschwald vergleicht den Kaufvorgang mit Glücksspielmechanismen: „Der Kunde weiß nicht, was er be-

kommt. Und so verspürt er den Reiz, nicht nur einmal zehn Euro in die Automaten zu stecken, weil er auf einen hohen Gewinn hofft.“ Auch das Konsumverhalten rückt er kritisch in den Blick. Spontane Käufe an solchen Automaten verstärken unüberlegten Konsum und fördern die Nachfrage nach Massenware von fragwürdiger Qualität. „Der Markt ist überflutet mit Billigartikeln“, so Kroschwald – ein Trend, der sowohl ökologisch als auch verbraucherpolitisch problematisch sei.

➤ SPIEGEL Online

Studie analysiert Verlässlichkeit von Online-Bewertungen

Online Bewertungen prägen heute viele Kauf- und Entscheidungsprozesse – doch ihre Verlässlichkeit steht oft infrage.

Die neue Studie „Infoteilhabe. Information und Teilhabe durch Nutzerbewertungen“ (Schriftenreihe des vunk Nr. V010, zugleich Beitrag der Hochschule Pforzheim Nr. 188) zeigt auf, wie gefälschte oder gekaufte Bewertungen sowie unklare Sternensysteme Verbraucherinnen und Verbraucher in die Irre führen können. Die Autorinnen und

Autoren erläutern, welche Verbesserungen notwendig sind, um Bewertungen transparenter, verständlicher und aussagekräftiger zu gestalten. Ziel ist es, digitale Bewertungsprozesse so weiterzuentwickeln, dass Menschen fundiertere Entscheidungen treffen können.

➤ Website HSPF

Preise, Politik und Konsum: Volkswirtschaftliche Einordnungen von Professor Dr. Dirk Wentzel

Wie entwickeln sich die Lebensmittelpreise – und welchen Effekt hätte eine erneute Mehrwertsteuersenkung in der Gastronomie? In zwei aktuellen Interviews der Hochschule Pforzheim ordnet Volkswirtschaftsprofessor Dr. Dirk Wentzel die Lage ein.

Zur Mehrwertsteuersenkung erklärt Wentzel, dass die Maßnahme vor allem symbolischen Charakter habe. Deutschlands Wirtschaft befinde sich nach mehreren Rezessionen weiterhin in einer schwierigen Lage; eine Steuersenkung könne zwar ein positives Signal senden, führe aber kaum zu sinkenden Preisen für Gäste, da viele Gastronomiebetriebe die Entlastung zur Deckung eigener Kosten benötigen. Der Staat müsste hingegen mit Steuerminderungen rechnen.

Auch bei den Lebensmittelpreisen sieht Wentzel strukturelle Ursachen: Energiekrise, gestiegene Produktionskosten, höhere Löhne, geopolitische Kon-

flikte und klimabedingte Ernteausfälle hätten die Preise seit der Pandemie teils um bis zu 50% steigen lassen. Das Konsumverhalten ändere sich sichtbar – mehr Menschen kaufen im Discounter oder verzichten auf teure Produkte, während andere bewusst auf Qualität setzen. Beide Analysen zeigen: Wirtschaftspolitische Maßnahmen und reale Haushaltsbudgets sind eng miteinander verknüpft – und der Blick auf volkswirtschaftliche Zusammenhänge bleibt wichtiger denn je.

➤ Website HSPF
➤ Website HSPF

Keep on gaining insights!

Wir freuen uns auf Ihr **Feedback** zu dieser ersten Ausgabe von "**Business School Pforzheim – Insights**" im Jahr 2026, die das Wintersemester 2025/2026 im Fokus hatte. "Business School Pforzheim – Insights" erscheint das nächste Mal im **Herbst 2026**, um auf das Sommersemester 2026 zurückzublicken.

Themenvorschläge und Beiträge von Ihrer Seite sind herzlich willkommen!

Das Online-Magazin "Business School Pforzheim – Insights" geht an Kolleginnen und Kollegen intern, an Studierende, an

Alumni, an den Beirat, an Pensionäre und an internationale Partner der Business School Pforzheim.

Neben unserem Semesterrückblick, den wir mit "Business School Pforzheim – Insights" vornehmen, informieren wir mit unserem Newsletterformat "**Business School Pforzheim – Up to Date**" in kürzeren Abständen über aktuelle Neuigkeiten aus der Business School. Wenn Sie up to date bleiben möchten, registrieren Sie sich bitte hier: **Up to Date bleiben**.