

BeWL



Glamour: Praktikum in der Filmbranche
Anstoss: Entrepreneurship Center
Action: Berner Startups heben ab
Schampus: Ein Vierteljahrhundert IOP

Dein Berufseinstieg bei KPMG Bern

Bei KPMG in Bern kannst du deine Karriere in der Wirtschaftsprüfung und in der Steuerberatung starten – in einem Praktikum oder einem Direkteinstieg.

Du kannst vom ersten Tag an Verantwortung übernehmen und mit nationalen und internationalen Kunden zusammenarbeiten. Wir unterstützen deine Aus- und Weiterbildung sowohl zeitlich wie auch finanziell und fördern deine persönliche und berufliche Entwicklung.

kpmg.ch/careers





Jüngst habe ich die Absolventenbefragung 2013 (wegen des üblichen Zeitaufwands bei der Erstellung von statistischen Berichten ist dies die neueste) des Bundesamts für Statistik als Auswertung für die Universität Bern und die Wirtschafts- und Sozialwissenschaftliche Fakultät einsehen können. Darin sind viele spannende Ergebnisse enthalten, von denen ich Ihnen einige nicht vorenthalten will.

Zum ersten: «Die Betriebswirtschaftslehre weist mit 47.9% sowohl innerhalb der Fakultät als auch im Schweizer Vergleich den höchsten Anteil an Personen aus, die regelmässig einer Erwerbstätigkeit nachgegangen sind, welche inhaltlich mit dem Studium zusammenhing. Es zeigt sich eine frühe Bindung an das spätere Berufsfeld, auch schon auf Bachelorstufe, wo der Anteil innerhalb der WISO-Fakultät und im Schweizer Vergleich mit 33.9% ebenfalls am höchsten ist.»

Was uns Dozierenden im Umgang mit den Studierenden immer wieder auffällt, haben wir hier schwarz auf weiss: Die Berner BWL-Studierenden sind sogar im gesamten Schweizer Kontext überproportional beruflich aktiv. Und zwar nicht in typischen Studijobs, sondern in Berufsfeldern, für die sie sich ausbilden lassen. Das ist Spitze! Wir erleben in der Lehre natürlich oft die negativen Auswirkungen dieser beruflichen Nebentätigkeit, etwa bei der Vereinbarung von Terminen oder der teilweise starken Absenzenquote bei Vorlesungen. Auch die starke Nachfrage nach Podcasts scheint mir ein Symptom für diese Nebentätigkeit zu sein. Vielleicht könnten wir uns aber auch noch mehr überlegen, diese berufliche Verankerung mehr zu unserem Vorteil zu nutzen, den Einbezug der praktischen Erfahrungen in unsere Lehre, die vermehrte Definition von Bachelor- und Masterarbeitsthemen aus dem Umfeld der jeweiligen Studierenden. Dies gibt Raum für spannende Überlegungen, bei denen wir sehr gerne Anregungen aus dem Kreise der Studierenden entgegennehmen.

Zum zweiten: «Absolventinnen und Absolventen der Sozialwissenschaften und der VWL mit einem Masterabschluss sind zu drei Vierteln im öffentlichen Dienst tätig. Die Absolventinnen und Absolventen der BWL dagegen finden zu 61% eine Stelle im privaten gewinnorientierten Sektor. Eine Beschäftigung im privaten nicht gewinnorientierten Sektor haben weniger als 6% der Berner AbsolventInnen.»

Dieser interessante Bezug zeigt, dass trotz der starken Stellung des öffentlichen Bereichs im Raume Bern – der Hauptstadtregion – das Profil der BWL vor allem auf Unternehmen im privaten Bereich zielt. Nichts gegen öffentliche Arbeitgeber – schliesslich bezahlt uns als Professoren der Kanton – auch nichts gegen NGO's und dergleichen. Jedoch ist und bleibt der Hauptfokus einer betriebswirtschaftlichen Ausbildung das privatwirtschaftliche Unternehmen. Man könnte vielleicht den hiesigen Unternehmen noch mehr nahelegen, dass sie die Berner Betriebswirtschaftslehre zurecht als eine Talentschmiede für ihren Nachwuchs betrachten dürfen.

Eine Auswertung fehlt in diesem Bericht: Wie viele BWL-Absolventen gründen während oder nach dem Studium ein eigenes Unternehmen? Nichts gegen die Anstellung in einem grossen und bekannten Unternehmen, aber die Verwirklichung einer eigenen Geschäftsidee erfüllt den Kollegen Artur Baldauf und auch mich immer mit besonderer Faszination. In gewisser Weise ist dies vielleicht die Königsdisziplin der Betriebswirtschaftslehre: die Gründung eines eigenen Unternehmens. Und unter unseren Studierenden und Absolventen müssen wir nicht lange suchen, um diesbezüglich fündig zu werden. Es weht ein unternehmerischer Geist durch unser Departement und etliche aktuelle und ehemalige Studierende demonstrieren dies durch die Umsetzung spannender und innovativer Vorhaben, die uns Dozierende immer wieder zum Staunen bringt. Dies hat uns bewogen, für die aktuelle Ausgabe des BeWL das Schwerpunktthema Start-Ups zu wählen. Und vielleicht zündet demnächst ja auch Ihre Idee?

Ich wünsche Ihnen allen eine angeregte Lektüre und vielleicht auch etwas Inspiration.

Prof. Dr. Thomas Myrach
Redaktionsleiter der BeWL

**Departement Betriebswirtschaftslehre
Universität Bern**

Herbstsemester 2016

Editorial	1
Informationen	
Nachrichten aus dem Departement	3
Von Studierenden für Studierende	4
Neuer Professor: Prof. Dr. Philip Valta	5
Neue Assistenzprofessorin: Prof. Dr. Julia K. de Groote	7
Assistenzprofessor: Prof. Dr. Sebastian Berger	8
Assistenzprofessor: Prof. Dr. Philipp Baumann	10
Neue Dozentur: Dr. Martin Staehle	11
Neuer Assistenzprofessor: Prof. Dr. Philipp Sieger	12
Ein Vierteljahrhundert Managementforschung und -lehre am IOP	13
Studium	
Von Bern nach Sydney: Ein Austauschsemester in Down Under	16
Sonderthema: «Start-Up»	
Entrepreneurship Center Universität Bern	18
What are you... Gonnado?	21
CleverClip: Mit einer simplen Idee zum Erfolg	24
Mit dem «Studynator» die Zeit im Griff	26
Praxis	
Praktikum bei Warner Bros.: Spannende Einblicke in die Filmindustrie	28
Publikationen	31

Preise

Tom Rihm (Doktorand an der Professur für Quantitative Methoden der BWL) wurde an der 15th International Conference on Project Management and Scheduling (19.4. bis 22.4.2016, Valencia) für seinen Beitrag «A decomposition heuristic for an assessment center planning problem» mit dem Best Student Paper Award ausgezeichnet.

Prof. Dr. Norbert Thom (IOP) war Hauptredner an der Nationalen Tagung zum betrieblichen Gesundheitsmanagement am 24.8.2016 in Zürich. Er hielt das Grundlagenreferat mit dem Titel «Auf dem Weg zur Gesundheitskultur – ihre Komponenten und Verankerung».

Prof. Dr. Adrian Ritz vom Kompetenzzentrum für Public Management wurde am 23. September 2016 von der wissenschaftlichen Kommission für öffentliche Betriebswirtschaftslehre (WK Oe-BWL) des Verbands der Hochschullehrer für Betriebswirtschaft (VHB) zu deren Vorsitzenden für zwei Jahre gewählt.

Der VBW vergibt zum siebten Mal den VBW Excellence Award für herausragende Masterarbeiten

Mit dem VBW Excellence Award demonstriert die VBW ihre Verbindung zur Universität Bern und ihren Wirtschaftsstudentinnen und -studenten. Der Award prämiiert herausragende Masterarbeiten im Bereich BWL und VWL und ist mit total CHF 2'000 Preisgeld dotiert.

Der VBW Excellence Award wurde anlässlich der Promotionsfeier vom 15. Juni 2016 zum siebten Mal verliehen. Der Gewinner des VBW EXCELLENCE AWARD Gold heisst Herr Patrice Wyrsch. Seine Masterarbeit mit dem Titel «Sensory-processing sensitivity as a firm resource: A source of sustained competitive advantage?» hat die Jury durch den innovativen Ansatz, die methodische Qualität und den Praxisbezug überzeugt.

Der VBW EXCELLENCE AWARD Silber geht an Herr Diego Känzig für seine Masterarbeit «Monetary Policy and Economic Inequality in the United States». Der VBW EXCELLENCE AWARD Bronze geht an Herr Fabio Canetg. Der Titel seiner Masterarbeit lautet «Loose Commitment in Monetary Policy».

Die Vereinigung der Berner Wirtschaftswissenschaftler gratuliert den Preisträgern und freut sich bereits heute auf die Verleihung der Awards im Jahre 2017.

Die Vereinigung Berner Wirtschaftswissenschaftler, kurz VBW, ist seit 1977 die Alumni-Organisation der BWL- und VWL-Absolventinnen und -Absolventen der Universität Bern. Weitere Informationen über die VBW sowie die Anmeldung für Neumitglieder finden sich auf deren Homepage www.vbw.ch.



Die Gewinner des VBW Excellence Award 2016 (v.l.n.r.): Fabio Canetg, Patrice Wyrsch, Diego Känzig

Veranstaltungen der Fachschaft Wirtschaftswissenschaft



9. November 2016, Job Insight KPMG:

Advisory, Audit und Corporate Tax sind für dich nicht nur leere Begriffe? Oder aber du möchtest genau zu diesen Unternehmensbereichen mehr erfahren? Die Experten der KPMG werden dir am Job Insight im Kuppelraum deine Fragen beantworten können. Auch wenn du auf der Suche nach einem Karriereeinstieg bist oder dich für ein Praktikum interessierst, bist du an diesem Event genau richtig. Der anschliessende Apéro bietet dir eine gute Möglichkeit, dein Netzwerk zu pflegen.

24. November 2016, 18:00 Uhr: Pokerturnier

Erlebe einen spannenden Pokerabend mit einfallsreichen Bluffs und Pokerfaces!

Beim alljährlichen Texas Hold'em Pokerturnier in der Wokermensa am Bühnplatz warten attraktive Preise auf dich.

Um nie einen Event zu verpassen, like uns auf Facebook <https://www.facebook.com/FSWW.be> oder schau auf unserer Website vorbei www.fsww.ch.

Veranstaltungen des ECUB



entreBERneur Meet-Up – das Treffen in Bern für alle am Unternehmertum Interessierten

Jeden 2. Montag im Monat treffen sich angehende Gründer und andere am Unternehmertum interessierten Personen zum Plaudern und Erfahrungsaustausch. Jedes Mal ist zudem ein interessanter Gast aus der Startup-Szene zum Interview eingeladen.

Nächste Meet-Ups – jeweils ab 18.30 Uhr in der Mahogany Hall Bern:

- 14. November 2016
- 12. Dezember 2016
- 13. Februar 2017

Facebook:

<https://www.facebook.com/entreBERneur/>

Website zum Abonnieren des Newsletters:

<http://www.entreberneur.ch>.

Diese Liste wurde auf Basis der bei uns gemeldeten Veranstaltungen erstellt.

Gibt es Anlässe rund um das Studium welches ihr mit euren Mit-Studierenden teilen möchtet? Schreibt uns! Unsere Zeitschrift erscheint jeweils Mitte Semester und Redaktionsschluss ist jeweils zwei Wochen vor Semesterbeginn (Anfang Februar/Anfang September). Unsere Kontaktdaten findet Ihr im Impressum, im hinteren Teil der Zeitschrift.

Neuer Professor: Prof. Dr. Philip Valta

Das Departement BWL hat mit Philip Valta einen neuen Professor für Finanzmanagement gefunden. Er studierte hier Betriebs- und Volkswirtschaftslehre und kennt die Uni Bern somit bestens. Für ihn ist es eine besondere Ehre und Freude die Uni nun selbst mitgestalten zu dürfen. *Von Prof. Dr. Philip Valta und Linda Heini*



Herr Valta können Sie uns einen Einblick in Ihren bisherigen Werdegang geben.

Direkt im Anschluss an mein Studium an der Universität Bern, begann ich an meiner Dissertation zu schreiben. Im Jahr 2010 promovierte ich in Finanzen an der ETH Lausanne im Doktorandenprogramm des Swiss Finance Institutes. Während des Doktorats absolvierte ich zudem für sechs Monate einen Forschungsaufenthalt an der Duke University in den USA. Dann war ich von 2010 bis 2014 als Assistenzprofessor für Finanzen an der Wirtschaftshochschule HEC Paris angestellt und anschliessend als Assistenzprofessor an der Universität Genf tätig.

Mit welchen Themen befassen Sie sich in Ihrer Forschung?

Ich beschäftige mich hauptsächlich damit, wie sich der Wettbewerb zwischen Unternehmen innerhalb einer Branche auf Finanzierungs- und Investitionsentscheide von Unternehmen auswirkt. Ausserdem interessiert mich die Frage, welche Rolle institutionelle Rahmenbedingungen (zum Beispiel Gesetze, welche die Insolvenz von Unternehmen regeln) bei Unternehmensentscheidungen spielen. Es handelt sich hierbei um komplexe Zusammenhänge, welche ich vorwiegend empirisch zu ergründen versuche. In einem meiner Forschungsbeiträge habe ich empirisch aufzeigen können, dass intensiverer Wettbewerb im Produktmarkt zu höheren Fremdkapitalkosten von Unternehmen führt.

Sie waren vier Jahre als Assistenzprofessor an der

HEC Paris tätig. Was hat sie dazu bewegt wieder in der Schweiz zu arbeiten?

Die Forschung im Bereich Finanzen hat in der Schweiz in den letzten zehn Jahren enorme Fortschritte gemacht. Es ist ein Netzwerk von hochkarätigen Forschern entstanden, die an den verschiedenen Schweizer Universitäten und Technischen Hochschulen arbeiten. Dieses Netzwerk ermöglicht den Forschungsaustausch auf höchstem internationalem Niveau. Zugleich ist die Finanzindustrie für die Schweizer Wirtschaft von grosser Bedeutung, die auf Forschungsergebnisse sowie auf gut ausgebildete Fachkräfte angewiesen ist. Diese Mischung aus hochkarätiger Forschung sowie wirtschaftlicher Relevanz interessiert mich sehr, und ich freue mich als Forscher mit Schweizer Wurzeln Teil dieser Entwicklung zu sein.

Sehen sie generelle Unterschiede zwischen Bern und Paris?

Ja – generell gibt es da sehr viele und grosse Gegensätze. Insbesondere sind die kulturellen Unterschiede viel grösser als ich dachte. Meine Lehre und Forschung sind allerdings sehr ähnlich; diese sind ortsunabhängig. Ich forsche und unterrichte in Bern zu den gleichen Themen wie in Paris.

Worin lag die Motivation, die Professur anzunehmen?

Die Universität Bern ist eine ausgezeichnete Universität mit hohem nationalem und internationalem Ansehen. Zudem bietet Bern eine hohe Wohn- und Lebensqualität. Für mich ist die

Professur auch ein Karriereschritt, da ich an der Universität Genf Assistenzprofessor war.

Ich habe selber an der Uni Bern studiert. Für mich ist es eine grosse Herausforderung und Ehre, an der Universität, an welcher ich selber studiert habe, zu arbeiten, und die Universität mitgestalten und vorwärtsbringen zu dürfen.

Welche ausserfachlichen Interessen haben Sie?

Ich bin verheiratet und Vater von drei kleinen Kindern. Im Moment verbringe ich in der Freizeit vor allem viel Zeit mit meiner Familie. Zudem liebe ich meine Jogging-Runden vom Engehaldeareal aus hinunter an die Aare.

Welche Lehrveranstaltungen halten Sie? Welche zentrale Einsicht wollen Sie den Studierenden übermitteln?

«Financing and Capital Structure» ist eine meiner Lehrveranstaltungen. Dabei lernen die Studenten zu verstehen, wie Unternehmen Finanzierungsentscheide fällen. Ziel ist es, dass die Studierenden Konzepte und Methoden im Gepäck haben, die sie im späteren beruflichen (oder privaten) Umfeld einsetzen können.

Ich bin auch immer bestrebt, den Studierenden aufzuzeigen, dass die Fragen, die wir in den Finanzlehrveranstaltungen behandeln relevant sind – nicht nur fürs Berufs- sondern auch fürs

Privatleben. Wir alle treffen täglich Finanzierungs- und Investitionsentscheide – es ist wichtig zu verstehen, welche Faktoren einen Einfluss auf diese Entscheidungen haben.

Spätestens seit der Finanzkrise 2007/2008 ist vielen Leuten bewusst geworden, dass die Finanzindustrie und die Finanzmärkte eng mit anderen Wirtschaftsbereichen verknüpft sind. Viele Leute sind zugleich von der Komplexität der Finanzwelt überfordert. Ich möchte die Lehrveranstaltungen in einen realen Kontext einbetten und dazu beitragen, diese Komplexität zu reduzieren.

Reto Meier

Alter: 27

Position: Business Analyst

Mein Job: BearingPoint ist eine Unternehmensberatung, die Management- mit Technologiekompetenz verbindet. In der heutigen digitalen Welt ist es kaum mehr möglich, Business und IT getrennt voneinander zu betrachten. Daher ist es umso wichtiger, Prozesse und Schnittstellen beider Bereiche zu verstehen.

Als Analyst bin ich Teil des SAP Advisory Teams und erhalte Einblicke in die unterschiedlichsten Industrien. Von der Konsumgüter über die Produktionsindustrie bis hin zur öffentlichen Verwaltung durfte ich bereits spannende Projekte begleiten.

Meine Aufgaben: Meine Arbeit zeichnet sich durch viel Abwechslung aus und ist zeitgleich lehrreich; jeder Tag ist anders und kein Tag ist wie der andere. Innert kurzer Zeit konnte ich bei mir eine steile Lernkurve feststellen, da mir bereits zu Beginn viel Verantwortung übertragen wurde. Dank unterschiedlicher Projekte darf ich immer wieder neue Tätigkeiten, Leute und Städte kennenlernen. Seit ein paar Monaten bin ich auf Projekt in Bern stationiert, wobei auch Zeit bleibt, Stadt und Leute näher kennenzulernen.

Meine Ausbildung und mein Werdegang: Meine Karriere habe ich in «Business Administration» an der Universität St. Gallen begonnen, gefolgt von einem Master in «Business Innovation». Um Auslandserfahrung zu sammeln und eine neue Kultur kennenzulernen, habe ich ein Austauschsemester an der Jönköping

International Business School in Schweden absolviert. Im Ausland zu leben war für mich sehr bereichernd. Neben meinem Studium habe ich wichtige praktische Erfahrungen in der Industrie bei Zurich Financial Services, Ringier AxelSpringer Media AG und Maxon Motor gesammelt. Dabei konnte ich die Theorie der Universität sogleich operativ anwenden und habe erste Einblicke in den Arbeitsalltag erhalten.

Meine Zukunft: Ich möchte in unterschiedlichen Projekten und Branchen meine fachlichen Kenntnisse erweitern und vertiefen, um mein Profil als Berater abzurunden. Die vielseitigen Weiterbildungsmöglichkeiten bei BearingPoint geben mir die Gelegenheit auch mein methodisches Wissen zu vertiefen.

Mein Tipp für den Berufseinstieg: Neben einem abwechslungsreichen und fordernden Arbeitsalltag war es mir wichtig, dass das Arbeitsumfeld zu mir passt. Die offene Unternehmenskultur mit flachen Hierarchien und die Kollegialität bei BearingPoint sind essentiell, um tagtäglich motiviert am Ball zu bleiben.



BearingPoint®

Neue Assistenzprofessorin: Prof. Dr. Julia K. de Groot

Ass. Prof. Dr. Julia de Groot ist bereits seit drei Jahren an der Universität Bern als Oberassistentin am Institut für Organisation und Personal tätig und trat letzten Winter ihre neue Stelle als Assistenzprofessorin für Familienunternehmen an. Mit welchen Themengebieten sie sich in der Forschung beschäftigt und was die Hauptinhalte Ihrer Vorlesungen sind, erzählt sie im Interview. Von Ass. Prof. Dr. Julia K. de Groot und Linda Heini



Bitte erzählen Sie uns etwas über Ihren Werdegang. Wo haben Sie bisher gearbeitet?

Während meines Psychologiestudiums habe ich verschiedene Praktika gemacht und in unterschiedlichen Jobs gearbeitet. Schwerpunkte waren neben der Unternehmensberatung die Bereiche Personal und Marktforschung. Nach meinem Studium habe ich mich für eine Promotion im betriebswirtschaftlichen Bereich an der WHU – Otto Beisheim School auf Management (Vallendar, Deutschland) entschieden. Nachdem mein Doktorvater Martin Högl einen Ruf an die LMU in München erhalten hat, bin ich mit ihm dorthin gewechselt. Am Lehrstuhl habe ich als wissenschaftliche Mitarbeiterin gearbeitet und meine Promotion abgeschlossen. Während eines Aufenthalts an der USI in Lugano habe ich gemeinsam mit

Michael Gibbert und Martin Högl ein praxisorientiertes Buch zu meinem Dissertationsthema geschrieben, das 2014 in der Financial Times Press erschienen ist.

Welches sind Ihre Hauptforschungsgebiete?

Meine Forschung lässt sich grob in die Bereiche Familienunternehmen, Innovation und Führung aufteilen – wobei die ersten beiden Bereiche meine Schwerpunkte bilden. Bei Familienunternehmen liegt mein Fokus auf der Nachfolgegeneration. Typische Fragestellungen sind zum Beispiel: Was bewegt Nachkommen von Unternehmern zur Nachfolge, was hält sie davon ab? Wie entscheiden Unternehmer, wer im Unternehmen nachfolgen sollte? Was bedeutet es für junge Erwachsene, wenn ihre Eltern Unternehmer sind?

Im Bereich Innovation beschäftige ich mich mit allem, was mit der Entwicklung und Bewertung neuer Produktideen zu tun hat. Was macht eine gute Idee aus? Wie entstehen Ideen?

«Ich finde, dass in Bern ein sehr guter Kontakt zwischen Lehrenden und Studierenden besteht obwohl die Betriebswirtschaftslehre eigentlich ein klassisches Massenfach ist.»

Worin lag die Motivation, die Assistenzprofessur anzunehmen?

Ich war mit meiner Stelle als Oberassistentin am IOP sehr zufrieden und habe mich am Institut sehr wohl gefühlt. Deswegen war es für mich eine besondere

Chance mich zum einen in meiner Selbstständigkeit in Forschung und Lehre weiterzuentwickeln, zum anderen aber auch weiterhin in diesem positiven Umfeld zu arbeiten.

Wie hebt sich Ihrer Meinung nach das BWL Studium an der Universität Bern von anderen Orten ab?

Ich habe den Eindruck, dass die BWL in Bern sehr vielfältig aufgestellt ist. Die Studierenden haben viele Möglichkeiten, unterschiedliche Disziplinen innerhalb der BWL kennenzulernen und ein individuelles Interessensprofil zu entwickeln.

Welche Lehrveranstaltungen halten Sie? Welche zentrale Einsicht wollen Sie den Studierenden übermitteln?

In der Bachelor Vorlesung zum Thema Technologie- und Innovationsmanagement geht es in erster Linie um die Grundlagen dieses Fachgebiets. In meiner Vorlesung Intercultural Human Resource Management im Master-Programm geht es unter anderem darum, wie sich interkulturelle Kontexte auf die HR-Arbeit auswirken – das ist für die Personalarbeit in multinationalen Konzernen sehr interessant. In meinem Seminar zum Thema Familienunternehmen wird in jedem Jahr ein anderes Spezialthema behandelt – ein Beispiel sind weibliche Nachfolger. In allen Veranstaltungen erhoffe ich mir, dass es bei den Studierenden nicht nur um den Erwerb von ECTS geht, sondern dass sie die Inhalte auch reflektieren, hinterfragen und weiterdenken.

Assistenzprofessor: Prof. Dr. Sebastian Berger

Sebastian Berger ist seit einem Jahr an der Universität Bern als Assistenzprofessor tätig. Vor seiner Anstellung arbeitete er an der renommierten Stanford University in den Vereinigten Staaten. Nebst seiner Forschungstätigkeit an der Universität Bern, genießt er während den Wochenenden das Berner Oberland und erkundigt die Schweizer Städte.

Sebastian Berger und Linda Heini



Bitte erzählen Sie uns etwas über Ihren beruflichen/akademischen Werdegang. Wo haben Sie bisher gearbeitet?

Ich bin in Köln geboren und aufgewachsen. Ich habe an der dortigen Universität Volkswirtschaftslehre studiert und mich dabei sehr auf die Spieltheorie, die experimentelle Wirtschaftsforschung, sowie die Sozialpsychologie fokussiert. Besonders begeistert haben mich die Forschungsansätze einiger damals neu berufenen Professoren, vor allem Axel Ockenfels, bei dem ich als Hilfsassistent und später als Post-Doc gearbeitet habe und Detlef Fetschenhauer, bei dem ich promoviert habe. Beide verfolgen einen sehr konsequenten interdisziplinären Forschungsansatz, der mich in meiner eigenen Arbeit sehr beeinflusst. Ich versuche immer den am besten passenden Ansatz zu wählen, um meine Forschungsfragen zu beantworten. Manchmal bedeutet das klassische ökonomische Ansätze zu verwenden, häufig bedeutet das aber auch Experimente mit Methoden der Psychologie oder der experimentellen

Wirtschaftsforschung zu verwenden. Aber auch sehr fachfremde Ansätze etwa aus der Zellphysiologie, der Neurowissenschaften oder der künstlichen Intelligenz haben meine Arbeit bereits beeinflusst. Neben meiner Forschungstätigkeit in Köln habe ich meine Zeit als Post-Doc an der Stanford University und der HEC Lausanne verbracht. Insbesondere das Leben im Silicon Valley war faszinierend. Mit welchem Elan dort Ideen umgesetzt werden ist sehr motivierend und auch die Freizeitmöglichkeiten in der Bay Area waren fantastisch.

Sie sind bald ein Jahr an der Universität Bern tätig. Was war Ihr Hauptforschungsgebiet während dieses Jahres?

Im ersten Jahr als Assistenzprofessor steht natürlich die Lehre im Mittelpunkt, da alle Veranstaltungen neu konzipiert werden müssen und es für mich auch eine neue Erfahrung war, vor einer großen Gruppe Studierender regelmäßig meine Vorlesung zu halten. Beides hat einen großen Teil meiner Zeit beansprucht. Trotzdem habe ich einige Forschungsprojekte weitertreiben können. Meine Forschung ist sehr vielseitig. Besonders hervorheben möchte ich meine Arbeit im Bereich der Umweltökonomik in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Start-Up Essento. Darüber hinaus arbeite ich viel mit Kollegen aus dem Bonner und Kölner Labor für Wirtschaftsforschung an der Schnittstelle zwischen Psychologie und VWL. In Experimenten beschäftigen wir uns mit den ökonomischen Auswirkungen von sozialen Vergleichsprozessen, beispielsweise

in Bezug auf Herdenverhalten, individuellen Verhaltenszielen oder dem Verhalten in sogenannten real-effort Experimenten.

Sie waren vorher hauptsächlich an Universitäten in Deutschland und in den USA tätig. Wie unterscheidet sich ihre jetzige Arbeitsstelle an der Uni Bern von den Früheren?

Unsere Arbeit ist ja sehr global ausgerichtet. Inhaltlich hat sich daher recht wenig an meiner Arbeit geändert. Was einem aber auffällt sind die «kleinen» Dinge, in denen sich die Uni Bern von anderen Universitäten unterscheidet. Als besonders positiv fällt mir etwa die gute Qualität der Ausstattung, insbesondere in der Hörraumtechnik, auf. In Deutschland und den USA habe ich an Instituten geforscht, die in der experimentellen Wirtschaftsforschung bereits weltweites Renommee genießen. Für das IOP in Bern wünsche ich mir, dass wir es durch tolle Forschung schaffen, ein ebenso renommierter Standort für verhaltensökonomische Experimente, insbesondere in Kooperation mit Unternehmen zu werden.

«Das Leben im Silicon Valley war faszinierend. Mit welchem Elan dort Ideen umgesetzt werden ist sehr motivierend.»

Wie beschäftigen sie sich in Ihrer Freizeit? Wie gefällt Ihnen das Leben in Bern?

Bern ist ein idealer Ausgangspunkt für Outdoor-Aktivitäten. Die Berge faszinieren mich sehr und daher gehe ich am

Wochenende häufig ins Oberland zum Wandern oder mal zum Skifahren. Im ersten Jahr in Bern habe ich vor Allem versucht, die Schweiz etwas besser kennenzulernen. Ich habe einige der größeren Städte besucht, etwa Genf, Lausanne, Luzern oder Zürich und bin zum ersten Mal durch den Gotthard nach Tessin gefahren. Wenn ich in Bern bin freue ich mich über gutes Wetter und den Blick über die Stadt in die Berge.

Hatten Sie sich etwas Besonderes vorgenommen für die Arbeit in Bern? Konnten sie es bereits umsetzen?

Das wichtigste Ziel des ersten Jahres war, den Studierenden interessante Lehrveranstaltungen anzubieten. Selbstverständlich ist das Ziel immer, in der Forschung einen «großen Wurf» zu schaffen. Aber die Kernkompetenz eines jeden Forschers ist die Geduld. Normalerweise dauern Forschungsprojekte sehr lange, insbesondere bis zum Datum der letztendlichen Publikation. Für meine Zeit in Bern habe ich mir vorgenommen, mit viel Ausdauer an meinen Projekten zu arbeiten und nebenbei möglichst viele Studierende für unsere Arbeit zu begeistern. Ob uns das gelingt können wir in dann in einigen Jahren sehen.

Sie unterrichten die Lehrveranstaltungen «Organizational Behavior» und «Die Psychologie und Ökonomik von Verhandlungen». Was sind die Hauptinhalte? Welche zentralen Einsichten wollen Sie den Studierenden übermitteln?

Diese beiden Lehrveranstaltungen gehören zum Lehrangebot für die Bachelorstudiengänge. In Organizational Behavior versuchen wir eine recht einfache Fragestellung zu beantworten: «Was macht eigentlich aus Sicht der Arbeitnehmer/innen eine perfekte Firma aus?» Alle in der Vorlesung thematisierten Theorien und Experimente sind danach ausgewählt, diese Frage zu beantworten. Die Studierenden lernen, wie man etwa die «richtigen» Leute rekrutiert und diese bei der Arbeit motiviert hält. Wann macht es Sinn, Bonuszahlungen zu gewähren oder gibt es auch Risiken bei der Gestaltung von Bonussystemen? Neben solchen Fragen geht es aber auch darum, grundsätzliche Information zum Thema Stress und Stressbewältigung zu gewinnen und relevante Forschungsarbeiten zu «politischen» Themen wie Diversity und dem Gender-Pay-Gap zu kennen. Ich gehe davon aus, dass die meisten Studierenden später in anspruchsvollen Positionen auf diese Informationen zurückgreifen möchten. Organizational Behavior bietet den Raum, sich zu vielen Themen zu informieren und diese dann nach individueller Interessenslage vertiefend zu ergründen.

Mein Kurs zu Verhandlungen ist sehr praktisch ausgelegt. Die meiste Zeit verbringen die Studierenden damit, mit anderen zu verhandeln. Die Verhandlungsübungen sind aus dem Leben gegriffen und werden mit fortschreitender Dauer des Kurses komplexer. Üblicherweise denken viele Studierende, dass sie nicht verhandeln können, aber nach dem Kurs sieht das natürlich anders aus.

«Von den Studierenden erwarte ich, dass diese bereit sind, sich mit fachfremden Ideen auseinanderzusetzen. Gute BWLer blicken über den Tellerrand.»

Was erwarten Sie von den Studierenden? Erfüllen sich diese Erwartungen?

In den Vorlesungen wünsche ich mir, dass Studierende aktiv mitarbeiten und auch keine Angst haben, etwas «Falsches» zu sagen. Denn nur durch aktive Mitarbeit gibt es einen großen Lerneffekt. Von den Studierenden erwarte ich, dass diese bereit sind, sich mit fachfremden Ideen auseinanderzusetzen. Gute BWLer blicken über den Tellerrand und das kann auch bedeuten, dass Forschungsgebiete wie etwa Anthropologie oder Psychologie wichtige Beiträge zur Beantwortung wirtschaftswissenschaftlicher Fragestellungen liefern.

Assistenzprofessor: Prof. Dr. Philipp Baumann

Seit November 2015 ist Prof. Dr. Philipp Baumann Assistenzprofessor für Quantitative Methoden/Operations Research. Der 31-jährige Berner war bis zu seinem Ruf an die Universität Bern als Postdoc an der University of California, Berkeley, tätig. Sein Lehrprogramm beinhaltet eine Bachelor-Vorlesung zum Thema «Business Analytics» und zwei Master-Vorlesungen zu den Themen «Big Data Analytics» und «Portfolio Optimization». Von Prof. Dr. Philipp Baumann und Linda Heini



Herr Baumann, wie verlief Ihre berufliche Laufbahn?

Ich bin gebürtiger Berner und habe meine Ausbildung in BWL an der Universität Bern absolviert. Nach Abschluss meines Doktorats zog es mich in die USA, wo ich meine akademische Karriere im Rahmen eines vom Schweizerischen Nationalfonds unterstützten Forschungsaufenthaltes an der University of California, Berkeley weiterführen konnte. Als Mitglied der Forschungsgruppe von Prof. Dr. Dorit Hochbaum konnte ich gleich von Beginn an innovative Forschungsprojekte zu aktuellen Themen wie maschinelles Lernen und Big Data durchführen. Die enge Vernetzung der Gruppe mit verschiedenen Unternehmen aus dem Silicon Valley hat die Forschungstätigkeit stets bereichert. Die Zeit in Berkeley war spannend und produktiv. Aus dem Forschungsaufenthalt entstand eine Anstellung als Postdoc. Nach zwei intensiven Jahren folgte dann der Ruf nach Bern.

Sie sind seit November 2015 als Assistenzprofessor an der Uni Bern tätig. Worin lag die Motivation, die Assistenzprofessur anzunehmen?

Es gab viele Gründe, um nach Bern zu kommen. Ein Hauptgrund war die Möglichkeit, den Themenbereich Datenanalyse in der BWL sowohl in der Forschung als auch in der Lehre auszubauen. Weiter sprechen die ausgezeichneten Lehr- und Forschungsbedingungen für Bern. Die Fakultät setzt auf ein modernes und breites Lehrangebot, das auch internationale Studierende anzieht. Auch die Forschungsbedingungen sind hervorragend. Die Universität Bern bietet mit acht Fakultäten und über 150 Instituten spannende interdisziplinäre Kooperationsmöglichkeiten. Beispielsweise ermöglicht mir die Zusammenarbeit mit dem Institut für chirurgische Technologien und Biomechanik (ISTB), die neu entwickelten Algorithmen auch auf medizinische Daten anzuwenden.

Mit welchen Themenbereichen befassen Sie sich in Ihrer Forschung?

Meine aktuelle Forschung befasst sich mit der Entwicklung von Algorithmen zur Analyse von grossen Datenmengen. Viele Unternehmen erfassen heute Daten automatisiert und verfügen deshalb über enorme Datenbestände. Klassische Datenanalyse-Algorithmen stossen bei diesen Datenmengen häufig an ihre Grenzen. Mein Ansatz ist es, grundlegende Aufgabenstellungen der Datenanalyse wie beispielsweise die Identifikation von ähnlichen Objekten (Clusteranalyse) oder die Zuordnung von

Objekten zu bestimmten Klassen (Klassifikation) als Optimierungsprobleme zu formulieren, die mit spezifischen Algorithmen effizient gelöst werden können. Komplexe Muster in den Daten können so in kurzer Rechenzeit erkannt und ausgenutzt werden. Solch komplexe Muster treten bei vielen Anwendungen wie beispielsweise der Gewinnung von Schlüsselinformationen aus Tweets, der Vorhersage von Kündigungen von Mobilfunkkunden oder der Identifikation von betrügerischen Kreditkartentransaktionen auf.

Worauf wird bei Ihren Lernveranstaltungen der Schwerpunkt gelegt?

Im Bachelorstudium habe ich im Frühlingsemester 2016 erstmals die neue Vorlesung «Business Analytics» angeboten. Sie vermittelt die Grundlagen der datenbasierten Entscheidungsfindung. Im Masterstudium halte ich die Vorlesungen «Big Data Analytics» und «Portfolio Optimization». In «Big Data Analytics» werden den Studierenden die wichtigsten Techniken zur Analyse von sehr grossen Datensätzen vermittelt. Mit diesen Techniken können Unternehmen beispielsweise Communities in sozialen Netzwerken entdecken oder den Kunden von Onlineshops spezifische Produkte empfehlen. Hauptinhalt von «Portfolio Optimization» sind Modelle und Methoden zur Optimierung von Aktien- und Bondportfolios. Bei allen Vorlesungen ist es mir wichtig, dass die Studierenden die behandelten Methoden im Rahmen von Übungen und Case Studies selbstständig auf reale Daten anwenden können.

Neue Dozentur: Dr. Martin Staehle

Nach seiner Promovierung an der Universität Hohenheim bei Stuttgart trat Dr. Martin Staehle seine Stelle am IUC der Universität Bern an. Für ihn ist Accounting alles andere als nur mechanische Buchhaltung. *Von Dr. Martin Staehle und Linda Heini*



Lieber Herr Staehle, Sie sind bereits seit 2012 am IUC der Universität Bern tätig und seit letztem Jahr als Dozent angestellt. Was haben Sie vorher gemacht und mit welchen Themen beschäftigen Sie sich im Rahmen Ihrer Forschung?

Vor meiner Anstellung am IUC habe ich an der Universität Hohenheim bei Stuttgart promoviert. Ich war dort externer Doktorand, hatte also keine Assistentenstelle. Gelebt und gearbeitet habe ich nach dem Studium für vier Jahre in München. Dort war ich für eine Unternehmensberatung tätig, durch die Promotion zeitweise in einer Teilzeitanstellung. Ich bin also erst nach der Promotion tatsächlich an die Uni gekommen. Das war einerseits ein Umweg, aber ich empfinde es andererseits als grosse Bereicherung, einige Jahre Praxisalltag erlebt zu haben.

Während der Promotion habe ich mich mit Finanzanalyse beschäftigt und dies eher auf Basis analytischer Modelle. Die Entscheidung, ans IUC zu kommen, war dann auch eine Entscheidung, experimentell zu arbeiten.

Experimentelle Forschung in Financial Accounting mag exotisch klingen. Aber es ist sehr spannendes Forschungsfeld. Es verbinden sich Fragen der Rechnungslegung, bei der die Informationen im Unternehmenskontext betrachtet werden, mit experimenteller Methodik, ähnlich der Psychologie oder der Experimental Economics. Dadurch kann beispielsweise untersucht werden, wie oder welche Informationen Unternehmen geben sollten. Spannend ist das, weil wir inzwischen sehr gut wissen, dass «normale» Menschen nun mal nicht perfekt im Sinne des homo oeconomicus sind.

Sie können nicht unbegrenzt Informationen verarbeiten, reagieren zu stark, zu schwach oder falsch auf Informationen. Welche Rolle spielt dann die Darstellung von Informationen, Emotionen oder Vertrauen in andere Beteiligte? Fragen dieser Art können mit Experimenten untersucht werden.

Welche Lehrveranstaltungen halten Sie? Welche zentralen Einsichten wollen Sie den Studierenden dadurch übermitteln?

Ich unterrichte, seit ich in Bern bin, die Masterveranstaltung «Financial Statement Analysis and Valuation» und begleite das Masterseminar «Judgement and Decision Making in Accounting». Durch die Dozentur kommen nun neu eine Veranstaltung zur Rechnungslegung von Banken und Versicherungen («IFRS for Financial Institutions») dazu sowie gegebenenfalls weitere Veranstaltungen.

Ich möchte den Studenten zeigen, dass Accounting – entgegen manchem Vorurteil – keine mechanische «Buchhalterei» ist. Gute Entscheidungen kann man nur fällen, wenn man gute Informationen hat und in der Lage ist, diese zu nutzen. Ob als Investor, Manager oder Wirtschaftsprüfer sollte man daher nicht nur die technischen Aspekte des Accounting sondern auch mögliche Konsequenzen für die Handlungen beteiligter Parteien einbeziehen.

Ich möchte den Studenten zeigen, dass Accounting – im Gegensatz zu manchem Vorurteil – keine mechanische «Buchhalterei» ist.

Wo trifft man Sie ausserhalb des universitären Alltags an?

Meine Partnerin und ich genießen die Stadt Bern und die wunderbare Natur darum herum – die Aare, die vielen Seen, die Berge. Alle Sportarten, die wir schätzen, lassen sich hier realisieren: Wandern, Schwimmen, Langlauf, Snowboard, Radfahren (Willier Izoard XP – um dem Kollegen Michael in der vorletzten Ausgabe nicht nachzustehen ;-)). Die Liste liesse sich fortsetzen, aber da setzt die Zeit natürlich Grenzen – insbesondere seit wir im Februar Eltern geworden sind.

Neuer Assistenzprofessor: Prof. Dr. Philipp Sieger

Philipp Sieger trat im Juni 2016 frisch seine Stelle als Assistenzprofessor mit Tenure Track für Strategic Entrepreneurship an der Universität Bern an. Mit seiner Mastervorlesung «Being an Entrepreneur» hofft er, das Interesse der Studierenden zu wecken und sie zum Mitdenken und kritischen Hinterfragen zu motivieren. *Von Prof. Dr. Philipp Sieger und Linda Heini*



Sie haben neu die Assistenzprofessur an der Universität Bern übernommen. Wo waren Sie vorher tätig?

Ich habe BWL studiert und wollte nach dem Masterabschluss ursprünglich in die Automobilbranche gehen. Wie es der Zufall so wollte, habe ich jedoch in St. Gallen eine interessante Doktorandenstelle im Bereich Familienunternehmen gefunden. Dabei habe ich dann sehr schnell grossen Gefallen an einer akademischen Laufbahn gefunden und diese weiterverfolgt. Zuletzt war ich in St. Gallen Assistenzprofessor für Familienunternehmen.

Was gehört zu Ihrem Hauptforschungsgebiet? Welche zentralen Einsichten wollen Sie den Studierenden durch Ihre Lehrveranstaltungen vermitteln?

Ich befasse mich hauptsächlich mit zwei zentralen Themen. Zum einen, warum und wie Unternehmen gegründet werden. Dabei erforsche ich beispielsweise unternehmerische Absichten und Aktivitäten von Studierenden. Zum anderen, wie Unternehmen langfristig unternehmerisch und damit erfolgreich werden und bleiben können. Dazu gehören Themen wie strategisches Unternehmertum oder Mitunternehmertum. In beiden Bereichen konnte ich einige wissenschaftliche Artikel und praxisorientierte Studien publizieren.

Im Herbstsemester biete ich den Kurs «Being an Entrepreneur» auf Masterstufe an. Er widmet sich der unternehmerischen Laufbahn als Ganzes, das heisst, er deckt verschiedene Themen entlang des unternehmerischen «Lebenszyklus» ab. Dazu gehören selbstverständlich Unternehmensgründungen aber auch zum Beispiel Mitunternehmertum, Portfolio-Unternehmertum, das Überstehen von unternehmerischen Krisen, langfristiger unternehmerischer Erfolg, Familienunternehmen und das Thema Unternehmensnachfolge. Für Studierende ist es grundsätzlich wichtig zu erkennen, dass sich «Unternehmertum» nicht nur auf schnell wachsende Startups beschränkt. Unternehmertum ist viel mehr, und es gibt die verschiedensten Wege und Formen, um erfolgreich unternehmerisch tätig zu

sein. Im Frühjahrssemester werde ich einen Kurs zum Thema Corporate Entrepreneurship (Mitunternehmertum) anbieten.

Worin lag die Motivation, die Assistenzprofessur anzunehmen?

Es war einfach genau das, was ich suchte: Eine Stelle, die inhaltlich genau zu mir passt und dazu sehr gute Forschungs- und Lehrbedingungen sowie eine attraktive Zukunftsperspektive bietet. Nicht zu vergessen, in einem tollen Team und in einer wunderschönen Stadt.

Die neue Stelle an der Universität ist für mich Auszeichnung und Herausforderung zugleich. Ich freue mich sehr, dass die Wahl auf mich gefallen ist und sehe dies als zusätzlichen Ansporn für meine tägliche Arbeit in allen Bereichen.

Welche Ansprüche stellen Sie an die Studierenden?

Ich hoffe auf ein echtes Interesse an der Thematik Unternehmertum und auf die Bereitschaft, neue Dinge kennenzulernen. Die Studierenden sollten dabei richtig «mitdenken», das heisst nicht nur Dinge einfach lernen und dann wissen, sondern auch verstehen, reflektieren und kritisch hinterfragen. Das ist die Voraussetzung für interaktive und wertvolle Vorlesungen.

Wie beschäftigen Sie sich in Ihrer Freizeit?

Ich habe zurzeit nur ein einziges faszinierendes «Hobby», welches meine komplette Freizeit hervorragend ausfüllt: Unsere zehnmonatige Tochter.

Am 3. Mai 2016 feierte das Institut für Organisation und Personal (IOP) zusammen mit über 160 Gästen aus Wirtschaft, Politik und Verwaltung sein 25-jähriges Bestehen. Der Grundstein dafür wurde am 1. April 1991 mit der Berufung von Norbert Thom an die Universität Bern gelegt. *Von Prof.em. Dr. Norbert Thom, Gründer des IOP und Direktor von 1991 bis 2012*
Claudia Probst, Organisatorin IOP-Jubiläum, Redakteurin Jubiläumsschrift



Prof. Dr. Frauke von Bieberstein (Abteilung Organisation) und Prof. Dr. Andreas Hack (Abteilung Personal, als Nachfolger von Norbert Thom) leiten seit fünf Jahren das IOP. Sie haben ein ausgezeichnet verankertes Institut mit internationaler Strahlkraft übernommen und bauen auf der Vorarbeit von Norbert Thom auf. Wie dieser arbeiten sie an praxisrelevanten Fragestellungen und kooperieren eng mit Unternehmen. In ihrer Forschungstätigkeit legen sie aber neue Schwerpunkte. Frauke von Bieberstein beschäftigt sich mit Verhaltensökonomie und Andreas Hack mit Familienunternehmen. Entsprechende Lehrangebote wurden von den Direktoren ins Lehrangebot aufgenommen.

«25 Jahre IOP – inspirierende Lehre und Weiterbildung, Omnipräsent in Organisations- und Personalfragen, praxisnahe Forschung.»
Dr. Jürg Lutz, Unternehmer

Verhaltensökonomie zur Untersuchung menschlichen Verhaltens

In der Verhaltensökonomie werden Erkenntnisse aus der Psychologie mit den Wirtschaftswissenschaften verbunden. Untersucht wird das menschliche Entscheidungsverhalten in wirtschaftlichen Situationen. Dabei wird explizit berücksichtigt, dass Menschen häufig nur beschränkt rational handeln. Gründe dafür sind u.a. begrenzte kognitive Fähigkeiten, unvollständige Informationen

oder Emotionen. Das noch recht junge Forschungsfeld hat seit einigen Jahren die Praxis «erobert». Unternehmen wie Google und Audi, aber auch Regierungen in den USA und Grossbritannien nutzen die Erkenntnisse, um ihre Ziele besser zu erreichen. Die Forschung am IOP beruht stark auf Feldexperimenten, durchgeführt in Kooperation mit Unternehmen. Anlässlich ihres Referats an der IOP-Jubiläumsfeier präsentierte Frauke von Bieberstein ausgewählte Forschungsergebnisse. Sie zeigte auf, dass Verkäufer eines österreichischen Unternehmens, die in einem Laborexperiment vertrauenswürdig waren, zwar hohe Umsätze pro Kunde erzielen, aber weniger Kunden bedienen und einen geringeren Gesamtumsatz erzielen. Fazit: Gute Beratung braucht viel Zeit und zahlt sich nicht unbedingt aus.

Forschungsobjekt Familienunternehmen

Schwerpunkt von Andreas Hack ist das Management von Familienunternehmen. Auch dies ist ein junges, aktuell stark aufstrebendes Forschungsfeld. Trotz der Tatsache, dass Familienunternehmen weltweit einen grossen Teil der Wirtschaftsleistung erbringen, waren sie in der akademischen Debatte lange unterrepräsentiert. Die Besonderheit der Familie als wichtiger Akteur im Unternehmenssystem macht dieses Forschungsgebiet so interessant. Die Familie wird oft gleichzeitig als das grösste «Asset» und die grösste «Liability» eines Familienunternehmens bezeichnet. Nur wenn Familien- und Unternehmenssystem symbiotisch und konfliktfrei funktionieren, kann das Familienunternehmen seine besondere Wirkungskraft entfalten. Am Jubiläumsanlass



Begrussung durch N. Thom

illustrierte Andreas Hack insbesondere einen Vorteil von Familienunternehmen: Konsumenten nehmen dessen Produkte als qualitativ hochwertiger, persönlicher und authentischer wahr. Für die Forschung ergibt sich ein weites Betätigungsfeld. Fragen nach der effizienten Führungsnachfolge, der Einbindung familiärer Ressourcen in die Wertschöpfungserstellung, der gegenseitigen Beeinflussung familiärer und unternehmerischer Wertesysteme oder der Potenziale einer Familienmarke sind nur einige Beispiele.

IOP-Jubiläumsfeier – 3. Mai 2016

An der Jubiläumsveranstaltung in der Aula des Hauptgebäudes der Universität Bern traten je ein Grusswortredner aus Wissenschaft, Politik und Wirtschaft auf.

Der designierte Rektor der Universität Bern, Prof. Dr. Christian Leumann, überbrachte einleitend die besten Wünsche der gesamten Universitätsleitung. Er bekannte sich zur transparenten Einwerbung von Drittmitteln als Beweis für kompetitive Forschung. Dem IOP bescheinigte er, nunmehr über viele Jahre auf hohem Niveau Forschung und Lehre mit direktem Nutzen für Markt und Gesellschaft zu betreiben. Ausserdem hob er die wichtige Rolle des IOP bei der Gründung des Kompetenzzentrums für Public Management (2002) hervor.

Alt Regierungsrat Peter Schmid war der Berner Erziehungsdirektor, der 1991 Norbert Thom zum ersten IOP-Direktor berufen hatte. Das Institut habe den in der



Norbert Thom

bernischen Verfassung festgelegten Auftrag der Universität (Lehre, Forschung und Dienstleistung) uneingeschränkt erfüllt. Es habe internationale Anerkennung erreicht und sich vorbildlich vernetzt. Weiter würdigte er die Leistungen des Gründungsvaters Norbert Thom. So erwähnte er seine gute Kooperation mit Thom als dieser Vize-Rektor für Finanzen und Planung der Universität Bern war sowie nachfolgend seine erfolgreiche Moderation des Berner Regierungsrates für die Haushaltssanierung im Jahre 1998.

Der dritte Grusswortredner Uwe E. Jocham vertrat die Wirtschaft als Chef eines grossen Pharmaunternehmens (CSL Behring) und als Arbeitgeberpräsident im Kanton Bern. Er würdigte die praxisorientierte Forschung des IOP und dessen bereicherndes Engagement in der Weiterbildung. Das Motto dieses Jubiläums «Menschen in Organisationen» fand er höchst treffend. Zwei

Themenfelder seien besonders wichtig: die Personalentwicklung und das Talentmanagement. Die entsprechenden Studien des IOP unterstützen die Wirtschaft und haben wertvolle Impulse gegeben.

Die Folgeredner widmeten sich aktuellen Themen aus der Forschung und deren Bedeutung für die Praxis. In ihrem Referat über Digitale Transformation verwies die Gastrednerin Dr. Prisca Brosi von der Technischen Universität München auf die Notwendigkeit des lebenslangen Lernens, die zunehmende Diversität und die Beschleunigung der Arbeit. Die beiden aktuellen IOP-Direktoren informierten über ihre Forschungsschwerpunkte, über die einleitend bereits berichtet worden ist (vgl. weiter oben).

In seinem Vortrag «Wie alles begann und heute noch wirkt» konzentrierte sich Norbert Thom auf Menschen und Bücher in der IOP-Geschichte. Er wählte aus verschiedenen Jahren einzelne Highlights aus. Dazu zählen:

- Ausgewählte IOP-Fachtagungen, welche das Institut gezielt nutzte, um seine Forschungskompetenz einzubringen und einem breiteren Fachpublikum vorzustellen.
- Besonders wichtige IOP-Buchveröffentlichungen:
 - Fälle zu Organisation und Personal
 - Public Management (in drei Sprachen)
 - Wissensmanagement
 - Moderne Personalentwicklung



Frauke von Bieberstein

- Kompetenzmanagement
 - Talent Management
 - Hochschulabsolventen gewinnen, fördern und erhalten
 - Ideen- und Verbesserungsmanagement
 - Die optimale Organisationsform
 - Personal führen und Organisation gestalten
 - Management von Familienunternehmen
- Die markante Erweiterung der personellen IOP-Kapazitäten ab 2010: Diese begann mit der Berufung der zwei Mitdirektoren Frauke von Bieberstein (Abteilung Organisation, 2010) und Andreas Hack (Abteilung Personal, 2012). In jüngster Zeit (Herbst 2015) erfolgte die Ernennung der Assistenzprofessoren Sebastian Berger (Organisation) und Julia K. de Groote (Management von Familienunternehmen).
- Die Habilitationen von Adrian Ritz (2012) und Kerstin Alfes



Andreas Hack

(2014): Diese sind hervorragende Beispiele für die Förderung des wissenschaftlichen Nachwuchses am IOP.

Abschliessend gab Norbert Thom als Mitherausgeber (neben den aktuellen IOP-Direktoren) einen Einblick in die Jubiläumsschrift «Menschen in Organisationen. Ein Vierteljahrhundert Managementforschung und -lehre am IOP». In diesem Sammelwerk werden sowohl die ersten rund zwanzig Jahre (von Norbert Thom) als auch die neuen Entwicklungen in Forschung und Lehre seit 2010 (von Frauke von Bieberstein und Andreas Hack sowie weiteren IOP-Autoren) detailliert dargestellt. Die Redakteurin dieser Festschrift, Claudia Probst, hat ausserdem einen Beitrag zu den Meilensteinen der IOP-Geschichte verfasst. Die reichlich bebilderte Festschrift vermittelt der Leserschaft einen informations- und abwechslungsreichen Einblick in die Auftrags-erfüllung des IOP.

Erfolgreich in die Zukunft

Das IOP freut sich auf seinen weiteren Weg. Es will auch zukünftig nützliches und neues Wissen generieren und vielen Menschen Lernchancen ermöglichen. Die Erforschung des Verhaltens von Menschen in Organisationen verschiedener Art sowie die Verbreitung der erreichten Erkenntnisse in Publikationen und durch die Lehre auf allen Stufen bleibt eine faszinierende Herausforderung, der es sich gerne stellt.

Anlässlich des 25-jährigen Bestehens wurde eine Jubiläumsschrift publiziert. Das 170-seitige Werk kann direkt beim IOP bestellt werden: «Menschen in Organisationen. Ein Vierteljahrhundert Managementforschung und -lehre am IOP.» / www.iop.unibe.ch.

Von Bern nach Sydney: Ein Austauschsemester in Down Under

Im Herzen von Sydney liegt die University of Technology. Raphael Zwahlen verbrachte in der wohl schönsten Stadt in Down Under sein Frühjahrssemester. Für ihn war der Austausch mehr als nur Studieren in einer Fremdsprache, viel mehr konnte er auch gute Erfahrungen sammeln und Dinge aus anderen Blickwinkeln betrachten. Von Raphael Zwahlen

Ankunft und erste Eindrücke

Sydney ist eine extrem vielseitige, lebendige und sichere Stadt, die für jeden Geschmack etwas bietet. Besonders gut haben mir der Hafen am «Circular Quay» mit der «Harbour Bridge» und dem wohlbekannten Opernhaus, sowie die vielen Strände in unmittelbarer Stadtnähe gefallen. Die Australier sind sehr freundlich, offen und «laid-back». Die lockere und unkomplizierte Art kommt schon durch ihren Gebrauch der englischen Sprache zum Vorschein. «G'day mate, no worries mate, brekky (breakfast), Maccas (McDonalds) und Cabbie (cab driver)» sind nur einige Beispiele des Aussie Slangs, die den unbekümmerten Lifestyle der Australier eins zu eins widerspiegeln. Auch wenn die Landessprache Englisch ist, musste ich mir schon bald eingestehen, dass diese englische Sprache zu Beginn doch etwas gewöhnungsbedürftig war.

Das Studentenleben

Die zwölf Gebäude der University of Technology Sydney (UTS) liegen alle sehr zentral im «Central

Business District» verteilt. Da ich mich für das Wohnen auf dem Campus entschieden hatte, brauchte ich nur zwei Gehminuten, um die Vorlesungssäle sowie die Central Station zu erreichen. Es war also die perfekte Lage, um Sydney und die Gegend zu erkunden. Als Vollzeitstudent (vier Fächer zu je 7.5 Credits) waren die Vorlesungen auf nur zwei Wochentage verteilt, die restliche Zeit verbrachte ich mit Surfen und dem Erkunden von Sydney.

Auf dem Campus sind bis zu 1200 Studierende untergebracht, die auf vier Housings verteilt sind, wodurch zu jeder Tages- und Nachtzeit immer etwas los ist. Das grösste und modernste ist das Yura Mudang, welches auch aufgrund des Rooftops bei allen Studenten sehr beliebt ist. Darüber hinaus bietet das Housing, vor und während dem Semester, ausreichend viele Freizeitaktivitäten, um einen regen Austausch zwischen den neuen Exchange Students zu fördern.

Die Universität und die Kurse

Die Universität habe ich als top

modern und gut organisiert wahrgenommen. Das wohl bekannteste Gebäude ist das architektonische Meisterwerk «dr chau chak wing building» der Business Fakultät, das Frank Gehry 2014 konzipierte. Von aussen betrachtet erinnert das Gebäude mehr an einen unförmigen Papier Sack, weshalb es auch inoffiziell 'paper bag' genannt wird. Die UTS ist aber auch durch den UTS-Tower (Ugliest Tower Sydney) eine bekannte Grösse in Sydney und laut Ranking «the top young university of Australia».

Bei der Wahl meiner Fächer konzentrierte ich mich in erster Linie auf den Bereich Marketing und durfte so interessante Vorlesungen wie Marketing Research, Consumer Behaviour, International Marketing und Strategy belegen. Das Semester ist mit elf Wochen relativ kurz. Auch die Art der Vorlesungen war für mich gewöhnungsbedürftig. In jedem Kurs finden Tutorials statt, wöchentlicher werden akademische Artikel gelesen und Case Studies gelöst, die danach in den Tutorials diskutiert werden. Darüber



Rooftop des Yura Mudang Gebäudes



UTS-Tower



Dr chau chak wing building

hinaus fallen in den meisten Vorlesungen zeitintensive Gruppenarbeiten an, oft in Form von strategischen Konzepten.

Die UTS im Vergleich zur Universität Bern

Es lassen sich einige Unterschiede im Vergleich zur Universität Bern festhalten: Die UTS ist mit 40'000 Studierenden eine sehr grosse Universität. Zudem ist die UTS geprägt durch internationale Studierende, die zum grössten Teil aus den Nachbarländern China, Japan und Indien zum Absolvieren eines Studiums für drei bis vier Jahr nach Sydney ziehen und so ihren Abschluss erlangen. Bezüglich Aufbau der Vorlesung, konnte ich, wie ich bereits im vorherigen Abschnitt erläutert habe, einige Unterschiede wahrnehmen. Besonders zu erwähnen ist die Interaktivität der Kurse an der UTS.

An der Universität Bern gefällt mir im Vergleich zur UTS die grosse Unabhängigkeit und Anonymität der Studierenden. Da nicht überall Anwesenheitspflicht wie in Sydney herrscht, ist man flexibler und kann sich das Semester und die Arbeit selber einteilen. Auch sind im Vergleich zur UTS in Bern alle Prüfungstermine bei Semesterstart bekannt, so dass die Organisation von Teilzeitarbeitern wie auch von Freizeitaktivitäten besser vorgenommen werden kann. Die UTS veröffentlicht ihre Prüfungstermine sehr spät, erst ca. drei Wochen vor den Prüfungen.

Highlight: Reisen

Mein Austausch begann für mich schon Anfang Januar 2016 mit einer neunwöchigen Reise durch Neuseeland und Australien, bis ich anfangs März kurz vor dem Semesterstart in Sydney eintraf. Queenstown, Pahia, Melbourne, Noosa, Whitsundays und Uluru sind nur einige der unzähligen, wunderschönen und eindrucklichen Orte, die ich während meiner Reise besuchen konnte. Auch während dem Semester bot sich immer wieder die Gelegenheit,

kurze Roadtrips, zum Beispiel nach Melbourne, den Blue Mountains oder zum Mount Kosciusko (mit 2228 Meter über dem Meer der höchste Berg des australischen Kontinents) zu unternehmen. Ein Austausch bietet also viel mehr als «nur» ein Studium in einer Fremdsprache.

Ein Austauschsemester kann ich wärmstens empfehlen. Es ist eine einmalige Erfahrung, die einen beruflich wie auch persönlich weiterbringen kann. Zentral ist dabei vor allem, Durchhaltewillen und Offenheit zu zeigen, um Dinge aus völlig anderen Blickwinkeln zu entdecken.



Blick auf das Opernhaus in Sydney



Palm Beach

Entrepreneurship Center Universität Bern: Gezielte Förderung von Geschäftsideen und Unternehmertum

Das Entrepreneurship Center gehört zur Abteilung Unternehmensführung am Institut für Marketing und Unternehmensführung der Universität Bern und fördert aktiv durch verschiedene Initiativen an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Prof. Dr. Artur Baldauf und Anna-Leena Marti, zuständig für die Projektleitung Outreach und KTI-Training, berichten über die vielseitigen Aktivitäten des Entrepreneurship Center.
Von Prof. Dr. Artur Baldauf und Anna-Leena Marti



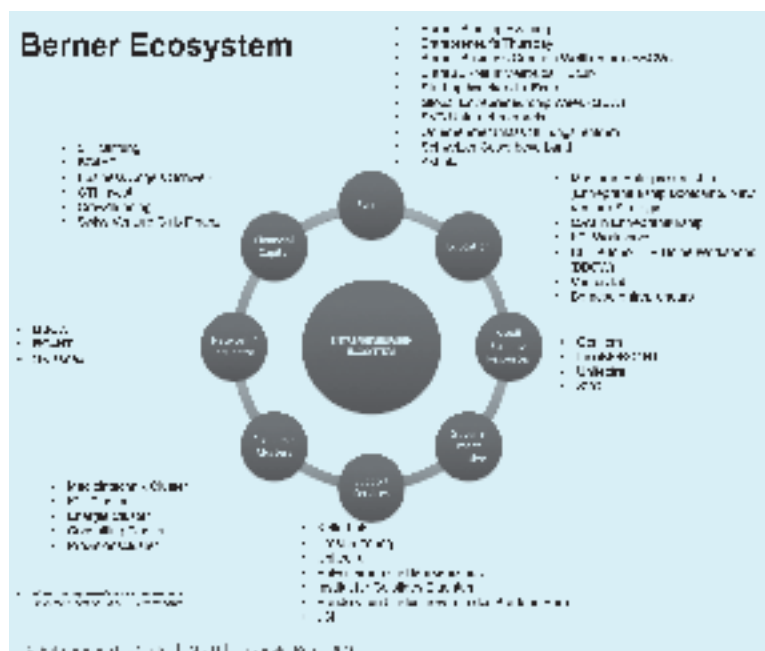
Wenn in der Schweiz «erfolgreiches Unternehmertum» Gegenstand der Kommunikation ist, dann werden die Züricher und Basler Region oder der Genfer See Raum genannt. In diesen Regionen hat sich ein unternehmerischer Spirit mit «sichtbaren Ergebnissen» etabliert. Häufig unerwähnt bleibt die Berner Region. Obwohl auch Bern unternehmerische Erfolgsgeschichten in vielen Sektoren wie Uhren, Medizinal- und Präzisionstechnik vorweisen kann, bleibt dies in der Diskussion häufig unerwähnt.

Unternehmerische Erfolgsgeschichten ziehen nicht nur grosses Interesse und Engagement nach sich, sondern führen auch dazu, ein regionales/lokales Klima zu schaffen, das geprägt ist von der Überzeugung, Unternehmertum und Innovation zu fördern. Für die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts Bern sind unternehmerische Initiativen, d.h. «Entrepreneurship», ein zentraler Erfolgsfaktor. Innovations- und Kreativitätspotenziale von Individuen und Organisationen müssen daher erkannt, gefördert und nachhaltig entwickelt werden.

Erfolgreiche unternehmerische Initiativen basieren auf einem funktionierenden «Entrepreneurship Ecosystem» – d.h. einem Netzwerk von Akteuren wie Bildungseinrichtungen, insbesondere Universitäten, öffentlichen Institutionen, Kapitalgebern, Industrie und Forschungsinstitutionen. In der Graphik sind einige wesentliche, am Berner

Ecosystem beteiligte Akteure dargestellt.

Die Zusammenarbeit im Berner Entrepreneurship Ecosystem wird durch das **Entrepreneurship Center der Universität Bern** als zentrale Dialogplattform massgeblich gestärkt (www.entrepreneurship-bern.ch). In den letzten Jahren wurden neben einem ersten Lehrangebot für Studierende (siehe Porträt über Prof. Sieger) insbesondere Events wie der Berner Start-up Evening, der Berner Business Creation Wettbewerb (BBCW) und Weiterbildungsstudiengang CAS Entrepreneurship initiiert. Darüber hinaus gelang es im Jahr 2014 im Rahmen einer kompetitiven Ausschreibung, von der Kommission für Technologie und Innovation den Auftrag zur Durchführung von Unternehmenstrainings (Business Concept) zu erhalten.



Ziele des Entrepreneurship Centers

1. **Inspirieren:** Unternehmerisch motivierte Ideengenerierung stimulieren; vor allem die nachhaltige Entwicklung von Ideen zu Geschäftsmodellen in technologischen Bereichen
2. **Kreieren:** schaffen einer Wissens- und Erfahrungsplattform zu effizientem und nachhaltigem Ressourcenaustausch und -entwicklung.
3. **Fördern:** die Beziehung zwischen den Akteuren im Eco-System, um das unternehmerische Klima und die unternehmerische Innovationsbereitschaft zu erhöhen.
4. zu einem «Klima» beitragen, in dem Unternehmerinnen und Unternehmer bzw. Unternehmertum eine vitale Rolle im Wirtschaftssystem einnehmen.
5. Als Incubator, Accelerator bzw. Katalysator für unternehmerisch motivierte (universitäre) Aktivitäten zu agieren.

Selbstverständlich können diese Ziele nur durch eine vertrauensvolle Kooperation und Unterstützung innerhalb der Universität, wie dem Zentrum für Regionalökonomie (CRED) oder Organisationseinheiten in verschiedenen Fakultäten (z.B. Medizin, Naturwissenschaften) erreicht werden. Aber auch die Zusammenarbeit mit Akteuren im Berner Entrepreneurship Ecosystem wie Fachhochschulen, Standortförderung, InnoBe, die KTI, den HIV, etc. ist essentiell.

Der *Berner Start-Up Evening* ist eine jährlich stattfindende Abendveranstaltung für Studierende, Angehörige der Universität und weitere interessierte Personen. Ziel des Anlasses ist es, zu inspirieren und Begeisterung fürs Unternehmertum zu wecken. Referate von Unternehmerinnen und Unternehmern werden dabei von einem jeweils gut besuchten Netzwerk-Apéro ergänzt. Der diesjährige Anlass findet am 21. September im Haus der Universität in Bern statt.



Der *Berner Business Creation Wettbewerb* ist ein mehrere Monate andauernder Entwicklungs- und Lernprozess mit Fokus auf Ideengewinnung und -konkretisierung. Die rund 20 teilnehmenden Teams bewerben sich mit einer Geschäftsidee und erhalten in diesem Prozess ein Tandem-Coaching von Experten. An mehreren Veranstaltungen demonstrieren die Teams die Machbarkeit ihres Geschäftsmodells (u.a. in einem Elevator Pitch) und kämpfen um ein Preisgeld von insgesamt 11.000 CHF. Wer gewinnt entscheidet eine hochkarätige Jury aus Wirtschaft und Politik (Daniel Bloch, Dr. Patrick Hofer-Noser, Eva Jaisli, Nicole Loeb, Philippe Stüdi, Andrea B. Roch, Frank Ziemer), die sich uneigennützig in den Dienst der Förderung des Unternehmertums stellt.

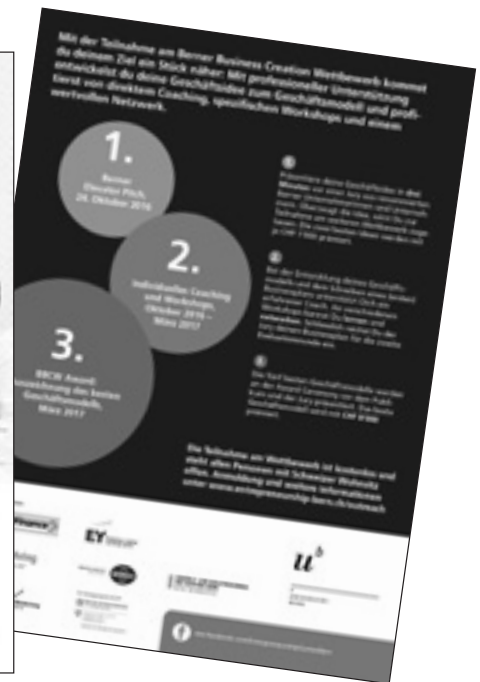
Der Gewinner der zweiten Durchführung des Berner Business Creation Wettbewerbs wurde im März 2015 gekürt: Die AME GmbH hatte die beste Idee und den besten Business Plan. Das Startup stellt mittels additiver Herstellung – besser bekannt als 3D-Drucken – optische Linsen her. Diese Technik bietet in Kombination mit neuen Designs die

Möglichkeit, bessere Linsen herzustellen, die in vielen Bereichen der Forschung und Industrie zur Anwendung kommen können.

Wir sind auch sehr erfreut, dass die zwei Gewinner aus der ersten Durchführung des Wettbewerbs stark gewachsen sind: Bei SwissShrimp (beste Idee und bester Business Plan; www.swissshrimp.ch), der ersten Shrimps Farm in der Schweiz, schwimmen die ersten Crevetten in einer Testanlage. IONIGHT (beste Idee; www.ionight.com) sind mit ihrem Laser Mass Spectrometer LMS™, der die chemische Zusammensetzung eines Festkörpers genau analysiert, bereits auf dem Markt.

Die nächste Durchführung des Wettbewerbs startet in diesem Herbst mit dem Pitching-Event «Berner Elevator Pitch» am 24. Oktober 2016, an dem alle angemeldeten Teams und Einzelpersonen ihre Geschäftsidee vorstellen.

Bei dem Weiterbildungsstudiengang *CAS Entrepreneurship* werden Führungspersonen mit vielfältigen Aspekten des unternehmerischen Denkens und Handelns konfrontiert. In vier Modulen durchlaufen die



Teilnehmenden das Unternehmertum als Prozess von der Ideenfindung über die finanzielle Führung und strategische Ausrichtung bis hin zur Umsetzung. Neben der Wissensvermittlung im Dual-Coaching durch Wissenschaftler und erfolgreiche Unternehmer werden individuelle, unternehmerische Problemstellungen im Kurs bearbeitet sowie Selbstevaluation, Entscheidungskompetenz und Konfliktklärung trainiert. Nachdem Ende April 2016 die Absolventen der dritten Durchführung ihr Zertifikat überreicht bekommen haben, laufen jetzt die Anmeldungen für die Teilnahme ab November 2016.

Wie einige der Aktivitäten dokumentieren, erbringen Bildungsinstitutionen wie Universitäten eine

besondere Leistung zur nachhaltigen Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit von Standorten, denn sie fördern und fordern talentierte, bestens ausgebildete Personen. Wissen bzw. Bildung sind die Basis für Innovation und daher besteht ein universitäres Interesse darin, relevante Erkenntnisse in die Praxis zu transferieren. Aus der Perspektive des «Unternehmertums» und auch mit Bezug auf das «Ecosystem» besteht die universitäre Rolle primär darin, für das Unternehmertum zu sensibilisieren bzw. zu inspirieren und als unabhängiger, vertrauensvoller Partner zu agieren.

Zentrale Weblinks:

www.entrepreneurship-bern.ch

www.cred.unibe.ch/

www.cti-entrepreneurship.ch

Kontakt Outreach:

Anna-Leena Marti

Departement of Management

and Entrepreneurship

Entrepreneurship Center

Engelhaldestrasse 4

3012 Bern

Tel 031 631 53 23

anna-leena.marti@imu.unibe.ch

Susanne Belli

Departement of Management

and Entrepreneurship

Entrepreneurship Center

Engelhaldestrasse 4

3012 Bern

Telefon: +41 (0)31 631 53 39

susanne.belli@imu.unibe.ch

«Wo sonst hätte ich so viel Verantwortung übernehmen können?»

Karriere bei BDO.



Bei BDO stehen die Menschen im Zentrum.

Sie möchten Verantwortung übernehmen und Ihre Fach- und Sozialkompetenz unter Beweis stellen? Legen Sie Wert auf eine Unternehmenskultur, die vielfältige Möglichkeiten für persönliche Entfaltung, Karriereentwicklung, Kundennähe und Nachhaltigkeit bietet?

Dann sollten wir uns kennenlernen: www.bdo.ch/karriere

Prüfung | Treuhand | Steuern | Beratung



What are you... Gonnado?

Berner Start-up goes international

Drei Gründer, zwölf Mitarbeiter, über tausend Kunden – ursprünglich als Freizeitplattform gegründet, entwickelt sich das Berner AdTech Unternehmen Gonnado.com zum globalen Retargeting-Pionier. Seit sechs Monaten erbringt das Team rund um die Gründer Samuel Mäder (CEO), Kyrill Marcano (CTO) und Simon Walther (CFO) einzigartige Dienstleistungen im Online-marketing. Nun soll sich die Idee auch in den USA, in Indien und Brasilien bewähren. *Von Ushkin Berisha und Samuel Mäder*

gonnado

Von der Freizeitplattform zum Retargeting-Netzwerk

Das Gründerteam von Gonnado verfolgt seit sechs Jahren die Vision, Menschen durch mehr positive Erlebnisse glücklicher zu machen. In einem ersten Startup haben sie dazu öffentlichkeitswirksame Freizeitevents organisiert. Mit Anlässen wie z.B. dem grössten Gummibootrennen der Welt oder dem grössten Fondessen der Welt konnten so bis zu 2000 Teilnehmern unvergessliche Erlebnisse beschert werden. Dies war den Gründern jedoch nicht genug. Daher hat das Trio im nächsten Schritt eine Onlineplattform entwickelt, die den Besuchern personalisierte Freizeitempfehlungen berechnet. Damit konnte das Team immerhin schon rund 2 Millionen Personen zu Erlebnissen verhelfen. Mit dem dritten Unternehmensprojekt, der Gründung von Gonnado, hat das Unternehmerteam nun einen Weg gefunden, wie es alle Internetnutzer erreichen kann und hat bisher rund 20 Millionen Menschen mit personalisierten Angeboten konfrontiert.

Mit Retargeting Kunden zurückgewinnen

Gonnado betreibt Retargeting-Werbung. Das bedeutet, dass die Besucher einer Webseite, wie z.B. einem Wasserpark, mit einem Cookie markiert werden. Dies führt dazu, dass die Personen anschliessend auf 2 Mio. Webseiten inkl. Google, Facebook und Youtube Werbeanzeigen für genau

diesen Wasserpark sehen. Dabei zielt Gonnado insbesondere auf die 95% der User, die beim erstmaligen Besuch einer Webseite noch keinen Kauf tätigen.

Caroline L., Praktikantin Marketing:

«Während des Praktikums bei Gonnado habe ich einen ausführlichen Einblick in die Welt des Onlinemarketings gewonnen. Dank dem sich ständig erweiternden Aufgabenbereich blieb das Praktikum zudem immer interessant und lehrreich. Gonnado schafft es zudem, dass man hier nebst dem grossen Lerneffekt auch noch eine Menge Spass bei der Arbeit hat.»

Mit Couponing die Offlinekäufe messen

In den Werbeanzeigen wird zudem ein Rabatt-Coupon angeboten. Anhand der eingelösten Coupons kann der Wasserpark nun messen, wie viel Umsatz er durch die Retargeting-Kampagne erzielt

hat. Diese Messung der generierten Offlinekäufe durch Onlinewerbung nennt sich Offline-Conversion-Tracking. Der Vorteil ist einerseits, dass die Werbetreibenden wissen, wie rentabel ihre Kampagnen sind. Andererseits können die Kampagnen so optimiert werden, dass möglichst nur Werbeklicks gekauft werden, welche zu einem Kauf führen. Damit steigt die Werbeeffizienz.

In 10 Minuten kostenlos starten – ideal für KMU

Ohne die Onlineplattform von Gonnado Ads dauert das Erstellen einer Retargeting Kampagne mit Couponing bei Google und Facebook mehrere Tage. Im Unterschied dazu dauert das Schalten einer technisch komplexen Kampagne mit Gonnado Ads nur 10 Minuten und setzt keinerlei fachspezifisches Know-how der Kunden voraus. Anfangsinvestitionen sind ebenso überflüssig wie die permanente Überwachung und manuelle Optimierung von Onlinewerbung.



GonnaDo Jobs



Weniger Werbekosten dank Gonnado

Aus den frühen 90er Jahren stammt der Satz: «Half the money I spend on advertising is wasted; the trouble is I don't know which half». Weil die meisten KMU nicht messen können, wie viel Umsatz sie durch Onlinewerbung erzielen, gilt die Aussage wohl noch heute. In aller Regel führt dies zur Verschwendung von Werbebudgets – weltweit rund 50 Milliarden. Durch das Messen der Resultate kann die verschwendete Hälfte identifiziert und eliminiert werden. Der ROI (return of investment) einer Werbekampagne kann sich dadurch verdoppeln.

David I., Praktikant Marketing: «Das Praktikum bei Gonnado ist eine willkommene Abwechslung zum Uni-Alltag. Vom ersten Tag an wird man gefordert und mit abwechslungsreichen Aufgaben konfrontiert. Dabei spielen Disziplin und Kreativität eine grosse Rolle. Ausserdem kann man immer frei seine Meinung äussern und zur Mitgestaltung des Unternehmens beitragen.»

Reger Kundenzuwachs bei Gonnado

In den letzten sechs Monaten konnte Gonnado bereits 1000 Unternehmen für die Nutzung seiner Onlinemarketingplattform gewinnen. Die Kundschaft stammt heute primär aus Deutschland und der Schweiz und ist in sämtlichen Branchen, sowohl B2C als auch B2B, anzusiedeln. Die Werbekunden erzielen attraktive Gewinne mit

Gonnado Ads. Dazu das Alparamare: «Keine andere Online-Massnahme liefert uns so viele Kunden und so tiefe Werbekosten pro Kunde wie Retargeting mit Gonnado». Daher steigen inzwischen auch viele Web- und Werbeagenturen auf den Zug auf – und mit ihnen stossen immer mehr grosse Unternehmen wie Detailhändler, Verlagshäuser und Consumer Brands dazu.

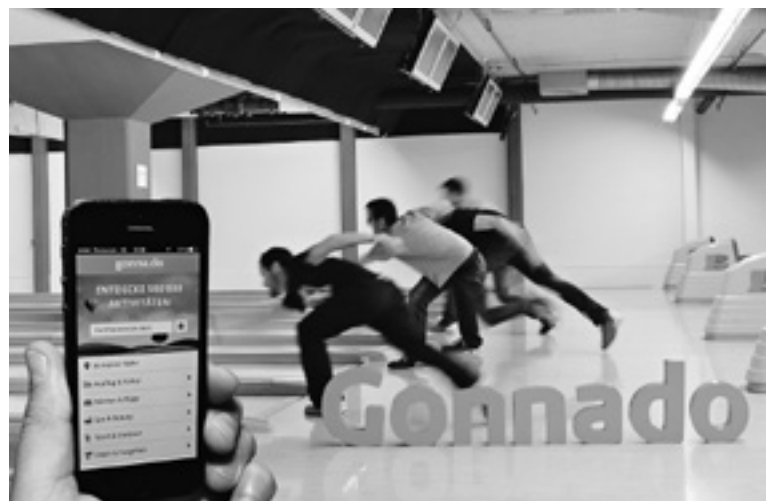
Grosses Entwicklungspotential

Gonnado plant bereits die Einführung von zahlreichen Features für die Onlinemarketingplattform Gonnado Ads. So ist aktuell gerade der Mobile-Coupon lanciert worden, welcher die bisherigen Print-Coupons und Coupon-Codes ergänzt. Ebenso wurden neuerdings auch das

Youtube- und Facebook-Retargeting implementiert, wobei Personen basierend auf ihren Facebook-Likes und ihren Youtube-Plays beworben werden können. Weiter hat Gonnado etwa das Partner-Retargeting in der Pipeline, mit dem Werbetreibende auch die Webseitenbesucher ihrer Partnerunternehmen bewerben können. Ein weiterer wichtiger Schritt ist das E-Mail Retargeting. Damit werden Personen nicht durch Onlinewerbung, sondern durch das Versenden von E-Mails Coupons angeworben. Zahlreiche weitere Features sind in Planung.

Auf dem Weg zum Global Player

Das rasante Wachstum, welches Gonnado in den ersten sechs



Monaten seines Markteintritts in der Schweiz und in Deutschland realisiert hat, stimmt das Team optimistisch. Dazu Samuel Mäder: «Der Retargeting-Markt ist generell noch ziemlich frei, wodurch wir relativ einfach Neukunden gewinnen können. Der Markt für Retargeting, das offline messbar ist, ist sogar noch komplett frei, da wir weltweit der erste Anbieter sind». Daher bereitet Gonnado sich aktuell auf den Markteintritt in den USA vor und will diesen noch dieses Jahr realisieren. Auch der Markteintritt in Indien ist angedacht und erste Gedanken macht man sich auch über China. Wie lange man den Standort in Bern halten kann, ist noch nicht sicher. Vorerst will das Team aber bestimmt noch ein paar Monate hierbleiben, wenngleich die ersten Arbeitsplätze in einem Büro in Berlin schon bereitstehen.

Martial M., Praktikant Personal und Finanzen:
«Besonders das berufliche Entwicklungspotenzial spricht für ein Praktikum bei Gonnado. Bereits zu Beginn meiner Anstellung habe ich vollstes Vertrauen verspürt und durfte mich selbständig in erste Arbeitsabläufe einarbeiten. Dass ich schon in den ersten Wochen in eigener Entscheidungskompetenz Bewerbungen evaluieren und Vorstellungsgespräche führen durfte, steht beispielhaft für meinen Einsatz bei Gonnado.»

Venture Capital für das Wachstum

Um sich den Traum vom eigenen Unternehmen zu verwirklichen, waren nicht nur vielversprechende Ideen, Risikobereitschaft und eine Menge Tatendrang notwendig, ebenso sehr galt es, einen beachtlichen Kapitalbedarf zu decken. Wie die meisten Jungunternehmer standen auch die Gründer von Gonnado vor der Herausforderung, geeignete Investoren zu finden.



Aareböötle

Risikokapitalgeber sind für ein Start-up vor allem daher so bedeutend, weil diese nebst der Funktion des Geldgebers gleichzeitig jene des persönlichen Mentors übernehmen. Wie schon damals geht Gonnado daher auch heute nur auf ausgewählte Investoren zu. Über diverse Start-up-Events führte die anspruchsvolle Suche im Falle von Gonnado zu erfolgreichen Unternehmern, welche sich bei Gonnado beteiligt haben.

Die Uni Bern mischt mit

Die Zusammenarbeit mit engagierten Studentinnen und Studenten nimmt eine zentrale Rolle

in der Personalpolitik von Gonnado ein. So unterstützen das ganze Jahr hindurch auch Studierende der Uni Bern die Expansionsbestrebungen des Jungunternehmens. Im Rahmen von drei- bis zwölfmonatigen Praktika übernehmen sie die volle Verantwortung für ihren Geschäftsbereich. Zu den beliebtesten Praktika zählen dabei Marketing, HR, Finanzen, Management, Webdesign und Softwareentwicklung. Allein diesen Sommer beschäftigt Gonnado sieben Studierende der Uni Bern. Aktuelle Vakanzen sind auf Studijob (SUB UniBe) und auf indeed.ch ausgeschrieben.

Cleverclip: Mit einer simplen Idee zum Erfolg

Die Cleverclip GmbH ist ein kleines Phänomen. Ihr Beispiel zeigt, dass mit einer guten Idee, mit Leidenschaft und Hartnäckigkeit am Ende der Erfolg winkt. Was als kleiner Zwei-Mann-Betrieb in einem winzigen, düsteren Berner Keller begann, entwickelte sich innerhalb kurzer Zeit zu einem aufstrebenden, internationalen Jungunternehmen. Wir schnappten uns Carlo Badini, den Gründer und Geschäftsführer von Cleverclip, um ihn mit ein paar Fragen zu löchern. *Von Michel Studer und Linda Heini*

Carlo, du hast dein eigenes Start-up gegründet. Erzähl uns von der Idee, die dazu geführt hat.

Angefangen hat alles mit meiner Begeisterung für Filme. Ich habe als Maturarbeit zusammen mit einem Freund einen Animationsfilm erstellt, was mir wahnsinnig Spass gemacht hat. Durch eine glückliche Fügung hat sich wenig später eine englische Firma bei mir gemeldet und mich um ein Erklärvideo gebeten. Da führte eins zum anderen. Und heute ist Cleverclip ein stetig wachsendes Unternehmen!

Wie hat sich die Umsetzung deiner Idee gestaltet?

Es war erstaunlich einfach. Um Whiteboard-Animationen herzustellen, braucht man ja kaum mehr als eine Kamera, einen Rechner und – genau – ein Whiteboard. Natürlich mussten wir viel herumtüteln und experimentieren, bis wir ein zufriedenstellendes Ergebnis vorweisen konnten. Aber es hat sich gelohnt. Der wichtigste Punkt ist jedoch der kreative Input. Ohne tollen Ideen entstehen auch keine tollen Filme.

Für die Gründung eines eigenen Start-ups ist sicherlich auch ein gewisses Startkapital nötig? Hattest du Investoren oder wie hast du die Gründung finanziert?

Auf die Unterstützung von Investoren konnten wir zum Glück bisher verzichten. Die Herstellung unserer Animationen hat zu Beginn nur einen kleinen finanziellen Aufwand benötigt. Startkapital waren sozusagen meine Ersparnisse und meine Kamera.



Wir sind stolz darauf, dass wir ganz alleine so weit gekommen sind.

Wer ist alles am Unternehmen Cleverclip beteiligt? Von welchem Personen hast du Unterstützung bekommen?

Wertvolle Hilfe habe ich von Anfang an von einem Bekannten bekommen, dem Consultant Oliver Richner. Er hat mich auf dem Weg durch den Dschungel des Unternehmerischen angeleitet und durch seine langjährige Erfahrung dafür gesorgt, dass ich viele Fehler vermeiden konnte. Natürlich war auch die Unterstützung durch meine Familie, meine Freunde und Mitarbeiter von unschätzbarem Wert!

Wie vermarktet ihr eure Idee und auf welchem Weg gelangt ihr an neue Kunden?

Interessanterweise ist unser wichtigstes Marketing-Instrument die Mund-zu-Mund Propaganda. Unser Produkt scheint so gut anzukommen, dass die Unternehmen darüber sprechen. Was uns zum

einen natürlich wahnsinnig freut, zum anderen erleichtert es uns das Gewinnen von Neukunden massiv, da wir sie nicht erst von der Qualität unserer Arbeit überzeugen müssen.

Natürlich betreiben wir auch SEO und Content Marketing, und auch auf Fachmessen im In- und Ausland sind wir häufig anzutreffen.

Wie viele Mitarbeiter sind zurzeit bei euch tätig?

Im Moment beschäftigen wir 15 Mitarbeiter. Da wir nach dem Remote Work Prinzip arbeiten, sind diese über den gesamten Erdball verteilt und sind völlig frei, wie sie sich ihre Arbeit einteilen wollen. Das war mir immer ein besonderes Anliegen, denn diese Freiheit schafft Raum für Kreativität. Und macht für mich ein modernes, innovatives Unternehmen aus.

Du hast bereits einige Preise für Cleverclip gewinnen können. Unter anderem den Swiss Startup Award, den Berner Jugendpreis und erst kürzlich den Global Student Entrepreneur Award. Erzähl uns doch etwas darüber.

Auszeichnungen sind insofern wichtig, als sie zeigen, dass man etwas richtig macht. Und sie sind wichtig für das gesamte Team, denn sie bestätigen und motivieren zusätzlich. Das war damals im Jahr 2013 beim Swiss Startup Award so, und auch dieses Jahr, wo wir European Champion bei den Global Student Entrepreneur Awards wurden. Diese Auszeichnung wird ausschliesslich an Studenten verliehen, die neben allen universitären Pflichten noch ein profitables Unternehmen führen.

Hast du finanziell gute Gewinne erzielen können? Siehst du dich langfristig und hauptberuflich in dieser Branche?

Dass wir uns von Beginn weg vollständig durch unsere Gewinne finanzieren konnten, zeigt, dass wir ziemlich rasch rentabel wirtschaften konnten. Es ist dabei immer eine Herausforderung, Ein- und Ausgaben im Auge zu behalten. Unterdessen erwirtschaften wir Umsatz im siebenstelligen Bereich.

Erklärvideos an sich haben natürlich eine Lebensdauer. Was aber sicher in vielen Jahren noch gefragt sein wird, ist die Fähigkeit, Komplexes einfach zu erklären. Genau das ist ja auch unsere Vision, darin sind wir die Besten. Und weil wir das wissen, werden wir in dieser Branche bestehen. Davon bin ich überzeugt.

Du studierst nebenbei BWL an der Uni Bern. Wie konntest du die Unternehmensgründung und gleichzeitig ein Vollzeitstudium managen?

Cleverclip habe ich gleich nach meiner Matur gegründet. Ich konnte mich also am Anfang zu 100% meiner Firma widmen. Ich denke, Fokus ist einer der wichtigsten Gewinnfaktoren. Erst als wir grösser wurden, merkte ich, dass mir tiefere und theoretische Einblicke in wirtschaftliche Prozesse auch mit Cleverclip weiterhelfen würden. Und so entschied ich mich dafür, nebenbei das Studium der BWL zu absolvieren. Natürlich ist es eine Herausforderung, beides gleichzeitig zu managen, aber mit der richtigen Planung und Unterstützung

meiner Freunde und Mitarbeiter geht alles.

Hast du Tipps an zukünftige (Jung-)Unternehmer?

Schwierig. Eine one-size-fit-all Lösung für den unternehmerischen Erfolg gibt es wohl nicht. Ich beobachte aber immer

wieder, dass viele von der Selbstständigkeit reden und entsprechende Kurse und Startup Events besuchen. Selber einfach mal starten, das machen dann aber die wenigsten. Ich bin überzeugt, dass gerade in der Anfangsphase Fokus und volles Commitment wahnsinnig wichtig ist.



Alltag im Büro von Cleverclip



Carlo an GSEA (Global Student Entrepreneur Award) Finale Bangkok

Mit dem «Studynator» die Zeit im Griff

Das Institute for Value-based Entrepreneurship IVE ist eine gemeinnützige Stiftung mit Sitz in Fribourg. Es fördert an Hochschulen in der Schweiz unternehmerisches Denken und Handeln sowie ein Wertebewusstsein. Ihre Hauptaktivitäten sind die Organisation und Durchführung des Workshops «The Future Leader's Project» sowie Vorträge und Podiumsdiskussionen. Die Gewinner des diesjährigen Workshops geben einen Einblick in ihre Erfahrungen und Erlebnisse.

Von Abiraa Arullanantham, Effi Balandies und Linda Heini

Wir nahmen im Frühlingsemester 2016 am Pilot-Workshop teil. Das alte Konzept wurde komplett überarbeitet und wird nun jeweils im Herbstsemester angeboten. Der Workshop umfasst acht Abendveranstaltungen und wird vom jeweiligen Standort-Team organisiert und durchgeführt.

In 3er- bis 4er-Gruppen konnten wir eine Unternehmens- oder Nonprofit-Idee mit Hilfe des Business Models Canvas entwickeln. Besonders bereichernd empfanden wir die Beiträge verschiedener Referenten und Coaches aus der Praxis, unter denen die meisten selber Jungunternehmer aus Bern und Umgebung waren. Davon konnten wir als Studenten am meisten profitieren.

Am letzten Abend hatten wir die Möglichkeit, unsere Idee vor einer ausgewiesenen Jury den anderen Teilnehmern und Gästen zu pitchten.

Einer der Hauptgründe, der uns dazu bewegt hat, am IVE Workshop teilzunehmen, war die Chance, endlich einmal die Theorie des Studiums in die Praxis umzusetzen und unserer Kreativität freien Lauf zu lassen. Da man sich über einen längeren Zeitraum sehr intensiv mit der eigenen Geschäftsidee befasst, konnten wir in allen wichtigen Fachthemen wie Marketing, Sales, Finanzierung etc. neues, nützliches Wissen dazugewinnen. Nicht zuletzt lernten wir auch viele neue, interessante Leute kennen.

«Studynator» – Die Zeitmanagement App

Unsere Idee umfasst eine Zeitmanagement App «Studynator», die speziell für Studierende gedacht ist. Mit Hilfe dieser App kann man sich seinen Lernaufwand besser einteilen und sich so schon frühzeitig motivieren, mit dem Lernen zu beginnen. Die App soll anhand der individuellen Lerngeschwindigkeit und Lernintensität einen Lernplan erstellen und die Tagesziele neu stecken, wenn diese einmal nicht erreicht wurden. Durch die Konfiguration über die Uniplattformen KSL und Illias hat man die Übersicht über alle Vorlesungen, Prüfungstermine, Abgabetermine und Leseaufträge auf einen Blick, was uns bis anhin noch fehlt.

Die Idee entstand, als wir auf der Suche nach Störfaktoren in unserem Lern-Umfeld waren. Einer davon war, dass wir die Zeit fürs Lernen auf die Prüfungen wieder einmal nicht optimal eingeteilt hatten und unserem Vorsatz,

früh anzufangen und schon während dem Semester effizient zu sein, nicht gefolgt sind. So haben wir uns gefragt, ob es nicht toll wäre, wenn jeder Studierende einen «Buddy» hätte, der ihn täglich unterstützt und motiviert.

Während der Entwicklung unserer Idee gab es Zeiten, in denen wir ein Motivationstief hatten, weil wir nicht weiterkamen. Besonders in der Mitte des Workshops liess die Motivation nach, da wir nicht genau wussten, was von uns verlangt wird. Wir waren jedoch ein sehr aufgestelltes Team und hatten viel Spass miteinander. Gerade das half uns, wenn es nicht so rund lief. Gegen Ende des Workshops, mit einem klaren Ziel vor Augen, gaben wir wieder Vollgas. Mit Erfolg: wir sind die glücklichen Gewinner des Workshops!

An der Preisverleihung am letzten Abend war Herr Adrian Haas – Direktor des Handels- und Industrievereins des Kantons Bern



Das Team von Studynator mit Workshop Manager Florian Jampen (v.l.n.r. Simon Bühler, Abiraa Arullanantham, Florian Jampen, Effi Balandies, Stefanie Bösiger-Diaz)

– in der Jury. Die besten zwei Teams konnten am 11. Mai 2016 in Spiez in der Handelskammer ihre Idee vor circa 250 Unternehmen präsentieren. Dies war für uns ein einmaliges und spannendes Erlebnis. Passend zu unserer Geschäftsidee erhielten wir von Herrn Haas von der Handelskammer zudem einen Gutschein für iTunes sowie ein Powerpad.

Eine Zukunft für «Study-nator»?

Unsere Idee unterscheidet sich von derjenigen der anderen Teilnehmer vor allem darin, dass sie

das grösste Mass an Innovation und Potenzial hat. Sie lässt sich nicht nur auf das Zeitmanagement der Studenten an Universitäten, sondern durchaus auch auf dasjenige anderer Institutionen übertragen. Eine Zeitmanagement App, welche sich über die Institution konfigurieren und sich gleichzeitig noch mit individuellen Einstellungen an den Lernfortschritt anpassen lässt, gibt es auf dem Markt noch nicht.

Durch eine Umfrage hat sich auch bestätigen lassen, dass unsere Idee auf grosses Interesse

stösst und die meisten eine solche App auch dann begrüessen würden, wenn sie kostenpflichtig wäre.

Vorerst steht bei uns allen das Studium im Vordergrund. Eine Verwirklichung ist nicht geplant, ganz ausgeschlossen ist die Idee jedoch nicht. Wir werden uns nach erfolgreichem Abschluss sicherlich wieder damit auseinandersetzen, da sie Potenzial hat.

Jedoch hatten wir bis zum letzten Abend nicht wirklich den Gedanken, diese Idee tatsächlich zu verwirklichen. Durch unseren Sieg lassen wir es uns noch offen und vielleicht wagt sich der eine oder andere aus unserem Team, dieser Idee wirklich eine Chance zu geben!

Der Traum vom eigenen Start-up

Jeder von uns hatte sicher schon einmal eine Idee für ein Start-up und den Traum, diese zu verwirklichen. Den Prozess von einer rohen Idee bis zur erfolgreichen Umsetzung mitzuerleben und das Gefühl, selber etwas auf die Beine gestellt zu haben, muss unbezahlbar sein und reizt uns sehr. Es braucht aber viel Mut, einen starken Willen und auch die richtigen Kontakte, um damit anzufangen. Das Ganze ist mit viel Mühe verbunden und nicht jede Idee führt zum Erfolg. Das sind wir uns bewusst.

Trotzdem schauen wir mit viel Optimismus in die Zukunft und werden jede Möglichkeit, die sich ergibt, packen.



Die Studynator Gruppe - die glücklichen Gewinner des IVE Workshops mit Herr Dr. Adrian Haas



Simon Bühler, Effi Balandies und Stefanie Bösiger-Diaz besprechen ihr Konzept

Praktikum bei Warner Bros.:

Spannende Einblicke in die Filmindustrie

Das Unternehmen Warner Bros. wurde 1923 in den Vereinigten Staaten gegründet und gehört zu den erfolgreichsten Filmstudios der Welt. In Zürich übt das Unternehmen die Verleiherfunktion für die Kinos aus und sorgt damit für die Unterhaltung des Publikums. Mina Gadzo hatte die Möglichkeit, einen Einblick in das schnell wandelnde Filmbusiness zu gewinnen.

Von Mina Gadzo und Linda Heini



Mina, was hast du studiert und wo lagen deine Interessen während des Studiums? Hast du schon gewisse Berufsvorstellungen?

Ich hatte BWL als grosses Hauptfach und Medien & Kommunikation als Nebenfach zu 30 ECTS gewählt. Schon immer war ich am künstlerischen Bereich sehr interessiert, sei es für Film, Musik oder Mode. Bereits in meiner Kindheit habe ich angefangen, Gitarre zu spielen und zu singen. Das ist heute ein wichtiges Ventil für mich, um meinen Alltag ausgeglichen zu gestalten.

Gerne möchte ich in meinem zukünftigen Beruf meine Leidenschaft, das Künstlerische, mit dem Studium verbinden können. Ich kann mir auch gut vorstellen, bei einem grösseren Konzern im Marketingbereich zu arbeiten, um so meine Kreativität ausleben zu können.

Du hast letzten Winter ein Praktikum bei Warner Bros. absolviert. Was hat dich dazu motiviert, dich bei Warner Bros. zu bewerben?

Dies war kein Zufall! Ich wollte unbedingt ein Praktikum absolvieren bei dem es mir nicht schwer fällt, am Morgen aufzustehen und meine Leistung zu erbringen. Ich hatte zu Beginn im Ausland nach Praktika Ausschau gehalten und habe dann gesehen, dass Warner Bros. Entertainment auch in Zürich vertreten ist.

Wie gestaltete sich das Bewerbungsverfahren?

Ich hatte zu diesem Zeitpunkt bereits mehrere Bewerbungen ins Ausland geschickt und als ich

darauf aufmerksam wurde, dass Warner Bros. in Zürich einen Sitz hat, entschied ich mich einfach anzurufen. Ich hatte das grosse Glück, dass ich gleich zu meiner zukünftigen Chefin durchgestellt wurde, mit welcher ich dann etwas länger telefonierte. Danach folgte ein Bewerbungsgespräch mit ihr, welches entspannt war, da sie mir sehr offen gegenübertrat und wir uns auch auf Anhieb gut verstanden. Ich wusste bereits durch das Telefonat, dass ich die verlangten Qualifikationen vorweisen konnte. Somit hatte ich mich mehr darauf konzentriert, mich nicht zu verkrampfen und möglichst natürlich zu sein.

Was waren deine Zuständigkeiten und Kerntätigkeiten während deines Praktikums?

Das Praktikum bestand aus zwei Kerngebieten: Einerseits fielen Aufgaben für die PR-Abteilung an und andererseits wurde ich als Unterstützung im Online-Bereich gebraucht. Eine der Kernaufgaben bestand darin, Merchandising-Bestellungen für PR-Aktivitäten zu koordinieren und zu kontrollieren. Nach diesem Schritt mussten die bestellten Artikel nutzstiftend platziert werden. Genauer bedeutet dies, dass ein direkter Kontakt zu Onlinepartnern bestand, welche somit in die Online-Promotion miteinbezogen wurden.

Bei der Online-Abteilung konzentrierte sich meine Arbeit auf den Social Media-Bereich. Es galt, die Fansseiten auf den sozialen Kanälen, wie z.B. Facebook oder YouTube, stets aktuell zu halten und sie, wenn möglich, täglich mit neuem Material zu füllen. Weiter

braucht es für jedes Online Medium verschiedene Formate der offiziellen Plakate, damit man eine Kampagne starten kann. Dies war organisatorisch sehr anspruchsvoll, da das Material für uns in der Schweiz lokalisiert werden muss. Zudem galt es auch die Trailer in den Landessprachen ausgeliefert zu bekommen, wobei beachtet werden musste, dass unsere Nachbarländer teilweise nicht zeitgleich mit unseren Regionen starten.

Was waren die ersten Eindrücke, als du das Praktikum antratst?

Alle Mitarbeiter waren sehr offen und hilfsbereit. Dadurch legte sich die anfängliche Nervosität schon bald.

Zudem hatte ich schnell gemerkt, dass die Filmindustrie ein unglaublich dynamischer Bereich ist, in dem sich vieles noch im letzten Moment ändern kann. Daher wusste ich, dass ich flexibel sein sollte und mich auf schnelles Handeln einstellen musste.

Kannst du uns beschreiben, wie ein normaler Arbeitstag bei dir abläuft?

Das kann ich so fast nicht beantworten, da meine Arbeit enorm abwechslungsreich war. Der Tag fing aber meistens damit an, E-Mails abzuarbeiten, welche gerade aktuell waren, und von da an war es sehr offen. Teilweise schrieb ich Pressespiegel, damit diese nach London geschickt werden konnten und sie dort einen Einblick über die Reaktionen unserer Presse erhielten. An anderen Tagen kümmerte ich mich intensiver um die Social

Media-Kanäle und arbeitete etwas vor, damit Fans immer auf dem aktuellsten Stand gehalten werden konnten. Dann gab es Tage, an denen wir viele Meetings abhielten und Ideen bezüglich Planung kommender Filme zusammentrugen und recherchierten, was umsetzbar wäre.

Welche Unterschiede von Berufsalltag und dem Alltag eines Studierenden sind dir aufgefallen?

Einer der grössten Unterschiede zum Studienalltag ist sicherlich, dass man die Arbeit nicht nur für sich erledigt, sondern auch Verantwortung gegenüber dem Team und dem Unternehmen trägt.

Konntest du die erlernte Theorie in die Praxis umsetzen?

Ich habe gemerkt, dass Praxis und Theorie teilweise doch sehr divergieren. Jedoch haben mir viele Eigenschaften, welche das Studieren mit sich bringt, geholfen, meine Arbeit gut zu machen. Diszipliniert an die Arbeit zu gehen und sich gut organisieren zu können, sind in einer solch dynamischen Welt von erheblicher Wichtigkeit. Ein konkretes Beispiel aus der Theorie, das mich in meinem Arbeitsalltag begleitet hat, waren die vier Eckpfeiler Aktualität, Objektivität, Präzision und Relevanz. Bei jedem Film ist es notwendig auf dem aktuellsten Stand der Dinge zu sein. Da man sich intensiv mit den Filmen befasst, ist es wichtig, stets die objektive Sichtweise zu behalten und den persönlichen Bezug bei Seite zu schieben. Die Strategie, die man

verfolgen will, muss immer weiter präzisiert werden, damit man Anpassungen vornehmen kann. Weiter muss das Kosten–Nutzen–Verhältnis so abgewogen werden, dass die Opportunitätskosten nicht zu hoch ausfallen. Alle diese Überlegungen ermöglichten es uns, im Unternehmen Risiken und Chancen frühzeitig zu erkennen und entsprechend zu handeln.

Welche Fähigkeiten hast du durch die Anstellung bei Warner Bros erlernt?

Selbstständig und exakt zu arbeiten. Wenn sich etwas kurzfristig änderte, habe ich gelernt, dies schnell und vorsichtig zu überarbeiten, damit keine Zeit durch Verbesserungen verloren geht.

Heute gibt es viele Möglichkeiten, Filme gratis online zu streamen. Wieso lohnt es sich deiner Meinung nach trotzdem noch, ins Kino zu gehen?

Es lohnt sich definitiv ins Kino zu gehen. Die Qualität eines Computers ist, sowohl in der Akustik als auch vom Visuellen her, nicht mit der Projektion auf eine Kinoleinwand zu vergleichen.

Es ist eine Art der Kunst, welche auch geschätzt werden sollte und wofür es sich lohnt, Geld in die Hand zu nehmen und somit auch die Kinos zu unterstützen.

Wir bewegen Gelb als Einsteiger und Aufsteigerinnen.

Vielfältige Möglichkeiten für individuelle Entwicklung:
Unsere Trainees setzen auf Zusammenspiel und nutzen
ihren Gestaltungsspielraum, um Gelb zu bewegen.
Mit klugen Anstößen und Ambition. **Bewegen Sie mit.**

www.post.ch/students

DIE POST 

Gelb bewegt.

Beiträge in wissenschaftlichen Zeitschriften

- Bau, M.; Sieger, P.; Eddleston, K.; Chirico, F. (2016). *Fail but try again? The effects of age, gender, and multiple-owner experience on failed entrepreneurs' reentry*. In: Entrepreneurship Theory & Practice, S. 1–33.
- Brügger, A.; Morton, T. A.; Dessai, S. (2016). «Proximising» climate change reconsidered: A construal level theory perspective. In: Journal of Environmental Psychology, 46, S. 125–142.
- De Massis, A.; Sieger, P.; Chua, J.; Vismara, S. (2016). *Incumbents' attitude toward intra-family succession: An investigation of its antecedents*. In: Family Business Review Sage, 29 (3), S. 278–300.
- Dibbern, J.; Chin, W.W.; Kude, T. (2016). *The Sourcing of Software Services: knowledge specificity and the Role of Trust*. In: ACM SIGMIS Database, 47 (2), S. 36–57.
- Frésard, L.; Valta P. (2016). *How does corporate investment respond to increased entry threat?* In: Review of Corporate Finance Studies, 5, S. 1–35.
- Hochbaum, D.S.; Baumann, P. (2016). *Sparse computation for large-scale data mining*. In: IEEE Transactions on Big Data, 2 S. 151–174.
- Knolmayer, G. (2016). *Wartung 2.0: Nutzereinbindung zur Verbesserung von Webapplikationen als Komponente des Web Engineerings*. In: Wirtschaftsinformatik & Management WuM, 8 (2), S. 44–53.
- Kähr, A.; B. Nyffenegger; H. Krohmer; W. D. Hoyer (2016). *When hostile consumers wreak havoc on your brand: The phenomenon of consumer brand sabotage*. In: Journal of Marketing, 80 (3), S. 25–41.
- Linlin, J., Madison, K., Kraiczy, N. D., Kellermanns, F.W., Crook, R. ; Xi, J. (2016). *Entrepreneurial team composition characteristics and new venture performance: A meta-analysis*. In: Entrepreneurship Theory and Practice, S. 1–29.
- Schudey, A., Jensen, O.; Kraiczy, N. D. (2016). «Made in ?» - Eine Metaanalyse multidimensionaler Country-of-Origin Effekte. In: Schmalenbachs Zeitschrift für betriebswirtschaftliche Forschung, 68 (1), S. 47–74.
- Stürmer, M. (2016). «Langfristig sinnvoll: Digitale Nachhaltigkeit für die vierte industrielle Revolution». In: OCG Journal of the Österreichischen Computer Gesellschaft (OCG), 1, S. 11–12.

- Valta P. (2016). *Strategic default, debt structure, and stock returns*. In: Journal of Financial and Quantitative Analysis, 51, S. 1–33.
- Wilke, G.; Portmann, E. (2016). *Granular computing as a tool of human data interaction – a cognitive cities use case*. In: Granular Computing, 1 (3), S. 181–197.
- Zwack, M.; Kraiczy, N. D.; von Schlippe, A.; Hack, A. (2016). *Storytelling and cultural family value transmission: Value perception of stories in family firms*. In: Management Learning, S. 1–25.

Beiträge an wissenschaftlichen Konferenzen

- D'Onofrio, S.; Portmann, E.; Kaltenrieder, P.; Myrach, T. *Enhanced knowledge management by synchronizing mind maps and fuzzy cognitive maps*. An: International Conference on Fuzzy Management Methods. Fribourg, Switzerland. 29.-30.09.2016.
- Froehlich, J.K.; Schell, S. *Am I what I am? Insights on the self-identity of descendants of family business owners*. An: 2016 European Academy of Management Conference (EURAM). Paris, Frankreich. 01.-04.06.2016.
- Heppler, L; Eckert; R.; Stuermer, M. *Who cares about my feature request?* An: 12th International Conference on Open Source Systems. Gothenburg, Schweden. 30.05.-02.06.2016.
- Kaltenrieder, P.; Altun, T.; D'Onofrio, S.; Portmann, E.; Myrach, T. *Personal Digital Assistant 2.0 - A software prototype for cognitive cities*. An: 2016 IEEE International Conference on Fuzzy Systems. Vancouver, Kanada. 24.-29.07.2016.
- Kähr, A.; Casanova, M.; Heri, P.; Krohmer, P. *Response strategies to negative electronic word-of-mouth and marketing performance: The moderating role of message credibility*. An: EMAC. Oslo, Norwegen. 24.-27.05.2016.
- Kähr, A., Nyffenegger, B.; Krohmer, H.; Hoyer, W.D. «Consumer brand sabotage – phenomenon and managerial challenges,» An: BBR Conference. Toronto, Kanada. 18.-20.05.2016.
- Krasnova, H.; Abramova, O.; Notter, I.; Baumann, A. *Why phubbing is toxic for your relationship: Understanding the role of smartphone jealousy among «Generation Y» users*. An: 24th European Conference on Information Systems (ECIS). Istanbul, Türkei. 12.-15.06.2016.

- Osswald, M.; Wehrle, M.; Portmann, E.; Denzler, A. Transforming Fuzzy Graphs into Linguistic Variables. An: NAFIPS'2016 conference. IEEE Xplore. El Paso, Texas. 31.10.-04.11.2016.
- Rihm, T. *A decomposition heuristic for an assessment center planning problem*. An: 15th International Conference on Project Management and Scheduling. Valencia, Spain. 19.-22.04.2016.
- Rihm, T. *A matheuristic for short-term planning of assessment centers*. An: 28th European Conference on Operational Research. Poznan, Polen. 03.-06.07.2016.
- Rihm, T.: *Operational planning of assessment centers: Matheuristic and performance analysis*. An: 14th Swiss Operations Research Days. Lugano, Schweiz. 08.-09.09.2016.
- Rihm, T. *Planning assessment centers: An MIP-based decomposition heuristic*. An: 27th Annual POMS Conference. Orlando, USA. 06.-09.05.2016.
- Schulte-Mecklenbeck, M. *You win some, you lose some: Tracking how emotions evolve*. An: European Group of Process Tracing Studies. Bonn, Deutschland. 23.-25.06.2016.
- Schulte-Mecklenbeck, M. *Prospect theory tracks selective allocation of attention*. An: Thurgau Experimental Economics Meeting. Konstanz, Schweiz. 06.-08.04.2016.
- Sieger, P.; Bird, M.; Nabi, G.; Linan, F. *What makes dreams become reality? Individual-level cultural perceptions as moderators of the entrepreneurial intention – behaviour relationship*. An: Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC). Bodo, Norway. 08.-11.06.2016.
- Sieger, P.; Bird, M.; Nabi, G.; Linan, F. *The impact of individual-level cultural perceptions on entrepreneurial behavior*. An: 76th Annual Meeting of the Academy of Management. Anaheim, USA. 05.-09.08.2016.
- Strub, O. *A hybrid approach combining iterated greedy heuristics and quadratic programming to track the 1/N portfolio*. An: 28th European Conference on Operational Research. Poznan, Polen. 03.-06.07.2016.
- Stuermer M.; Abu-Tayeh, G. *Digital preservation through digital sustainability*. An: 13th International Conference on Digital Preservation (iPRES). Bern, Schweiz. 03.-06.10.2016.
- Stuermer, M; Dapp, M. *Measuring the promise of open data: Development of the impact monitoring framework*. An: International Conference for E-Democracy and Open Government 2016 (CeDEM16). Danube University Krems, Austria. 18.-20.05.2016.
- Thiess, D.; Sieger, P.; Grichnik, D. *Love hurts – How social relations in venture teams impede the performance benefits of human capital*. An: Babson College Entrepreneurship Research Conference (BCERC). Bodo, Norway. 08.-11.06.2016.
- Thiess, D.; Sieger, P.; Grichnik, D. *Human capital and new venture performance: The moderating role of social relations*. An: 76th Annual Meeting of the Academy of Management. Anaheim, USA. 05.-09.08.2016.
- Trautmann, N. *A hybrid approach for tracking the 1/N portfolio*. An: The Fifth International Conference on Continuous Optimization. Tokyo, Japan. 06-11.8.2016.
- Trautmann, N. *Resource-constrained project scheduling using Microsoft Excel's evolutionary solver*. An: 27th Annual POMS Conference. Orlando, USA. 06.-09.05.2016.
- Trautmann, N. *Microsoft Excel's evolutionary solver and the resource-constrained project scheduling problem RCPSP: Solution approach and performance analysis*. An: 15th International Conference on Project Management and Scheduling. Valencia, Spain. 19.-22.04.2016.
- Wüthrich, A.; Baldauf, A. *A configurational perspective on new venture team effectiveness*. An: 76th Annual Meeting of the Academy of Management. Anaheim, USA. 05.-09.08.2016.
- Zimmermann, A. *A MIP-based heuristic for scheduling projects with work-content constraints*. An: 14th Swiss Operations Research Days. Lugano, Schweiz. 08.-09.09.2016.

Beiträge in Sammelwerken und Herausgeberschaften

- D'Onofrio, S.; Zurlinden, N.; Gadiant, D.; Portmann, E. (2016). *Cognitive Cities: An application for Nairobi. Text message participation of slum inhabitants to improve sanitary facilities*. In: Portmann, E.; Finger, M. (Hg.). *Towards cognitive cities: advances in cognitive computing and its applications to the governance of large urban systems*. Springer International Publishing. 63, S. 145–164.
- Fischer, M.; Thurnheer, K.; Herweg, K.G.; Hammer, T.; Moesch, C.; Wyttenbach, S.; Filep, B.; Stürmer, M. (2016). *Nachhaltige Entwicklung in die Hochschullehre integrieren – Ein Leitfaden mit Vertiefungen für die Universität Bern*. Vertiefung 2: Fallbeispiele. Universität Bern, Vizerektorat Qualität, Vizerektorat Lehre, Centre for Development and Environment (CDE), Bereich Hochschuldidaktik & Lehrentwicklung und Bern Open Publishing (BOP). Bern.
- Froehlich, J.K. (2016). Thematisches Denken. In: Abele, T. (Hrsg.) *Die frühe Phase des Innovationsprozesses: Neue, praxiserprobte Methoden und Ansätze*. Berlin, Deutschland. Springer. S. 7–30.
- Kaltenrieder, P.; Papageorgiou, E.; Portmann, E. (2015). *Digital personal assistant for cognitive cities: a paper prototype*. In: *Towards cognitive cities: advances in cognitive computing and its applications to the governance of large urban systems*. Springer International Publishing.
- Klossner, C.; Thom, N. (2016). *Karriere 50+. Mehr Wunsch als Realität*. In: personalSCHWEIZ. *Das Buch für die Schweizer Personalpraxis. 50 Fachbeiträge von führenden HR-Experten*. Matthias Möllene, Jörg Buckmann, Norbert Thom, Heike Bruch u.v.a., hrsg. von Stephan Bernhard. Zürich. S. 207–211.
- Kraiczy, N. D. & Hack A. (2016) *Innovation and family business research: A review and future directions*. In: F.W. Kellermanns & F. Hoy (Eds.). *The Routledge Companion to Family Business*. Routledge.
- Thom, N.; Etienne, M. (2016). *Business Reengineering*. In: Hans-Dieter Zollondz, Michael Ketting und Raimund Pfundtner (Hrsg.) *Lexikon Qualitätsmanagement. Handbuch des modernen Managements auf Basis des Qualitätsmanagements*, 2. Auflage. Berlin/Boston, S. 124–128.

- Wehrle, M.; Osswald, M.; Portmann, E. (2016). *Verbalization of dependencies between concepts built through fuzzy cognitive maps*. In: *Towards cognitive cities: advances in cognitive computing and its applications to the governance of large urban systems*. Springer International Publishing. 63, S. 123–144.

Monographien

- Andereggen, H.; Bachmann, M.; Balmer-Zahnd, R.; Brunetti, A.; Friedli, V.; Krause, A.; Müller, A.S.; Müller Vasquez Callo, R. C. (2016). *W&G 2. Grundlagen. Lehrmittel für die kaufmännische Grundbildung, 2. Lehrjahr*. 2. Auflage. Hep Verlag. Bern.
- Andereggen, H.; Bachmann, M.; Balmer-Zahnd, R.; Brunetti, A.; Friedli, V.; Krause, A.; Müller, A.S.; Müller Vasquez Callo, R. C. (2016). *W&G 2. Arbeitsheft. Lehrmittel für die kaufmännische Grundbildung, 2. Lehrjahr*. 2. Auflage. Hep Verlag. Bern.
- Andereggen, H.; Bachmann, M.; Balmer-Zahnd, R.; Brunetti, A.; Friedli, V.; Krause, A.; Müller, A.S.; Müller Vasquez Callo, R. C. (2016). *W&G 2. Lösungen für Lehrpersonen. Lehrmittel für die kaufmännische Grundbildung, 2. Lehrjahr*. 2. Auflage. Hep Verlag. Bern.
- Andereggen, H.; Bachmann, M.; Balmer-Zahnd, R.; Brunetti, A.; Friedli, V.; Müller Vasquez Callo, R. C. (2016). *W&G 3. Grundlagen. Lehrmittel für die kaufmännische Grundbildung, 3. Lehrjahr*. 2. Auflage. Hep Verlag. Bern.
- Andereggen, H.; Bachmann, M.; Balmer-Zahnd, R.; Friedli, V.; Müller Vasquez Callo, R. C. (2016). *W&G 3. Arbeitsheft. Lehrmittel für die kaufmännische Grundbildung, 3. Lehrjahr*. 2. Auflage. Hep Verlag. Bern.
- Andereggen, H.; Bachmann, M.; Balmer-Zahnd, R.; Friedli, V.; Müller Vasquez Callo, R. C. (2016). *W&G 3. Lösungen (für Lehrpersonen). Lehrmittel für die kaufmännische Grundbildung, 3. Lehrjahr*. Hep Verlag. Bern.
- Briner, N.; Müller Vasquez Callo, R. C. (2016). *Gute Fragen im digitalen Dschungel. Markt- und Sozialforschung Schweiz 2016*. vsms Verband Schweizer Markt- und Sozialforschung. Alpnach.
- Friedli, V.; Müller Vasquez Callo, R. C.; Balmer-Zahnd, R. (2016). *Betriebswirtschaftslehre. Zusammenhänge verstehen*. 3. Auflage. Hep Verlag. Bern.

- Friedli, V.; Müller Vasquez Callo, R. C.; Balmer-Zahnd, R. (2016). *Betriebswirtschaftslehre. Arbeitsheft*. Hep Verlag. Bern.
- Friedli, V.; Müller Vasquez Callo, R. C.; Balmer-Zahnd, R. (2016). *Betriebswirtschaftslehre. Lösungen*. Hep Verlag. Bern.
- Minonne, C. (2016). *Business-Analyse: Konzepte, Methoden und Instrumente zur Optimierung der Business-Architektur*. Schäffer Poeschel.
- Portmann, E.; Finger, M. (Hg.) (2016). *Towards Cognitive Cities – Advances in cognitive computing and its application to the governance of large urban systems*. Springer International Publishing.
- Sieger, P. (2016). *Entrepreneurship in Family Firms and Beyond*. Habilitationsschrift, University of St.Gallen, School of Management.
- Stürmer, M.; Myrach, T. (2016). *E-Government: Grundlagen, Strategien, Projekte*. Buchkapitel «Praxishandbuch Public Management». WEKA Verlag.
- Thom, N.; Ritz, A. (2016). *El concepto «IOP»: Cómo se debe dirigir el Sector Público* Universidad de Alcalá. Alcalá de Henares. Madrid.

Stelle jetzt deine Weichen und gestalte mit uns die Mobilität der Zukunft.

sbb.ch/einstieg

 SBB CFF FFS

Willst auch Du zu dieser Zeitschrift beitragen?



Aufruf der Redaktion

Gehst du nebst Studium einer interessanten Tätigkeit nach? Verfolgst du Ziele oder Projekte, die für das Zielpublikum der BeWL relevant sind? Hast du im Rahmen deines akademischen oder beruflichen Werdeganges Aussergewöhnliches erlebt, das du gerne einem interessierten Publikum vorstellen würdest?

Die Redaktion der BeWL nimmt Anregungen, Vorschläge und Ideen gerne entgegen.
Melde dich unter:

Departementsstab Betriebswirtschaftslehre
Abteilung Kommunikation
Linda Heini
Engehaldenstrasse 8, 3012 Bern

kommunikation@bwl.unibe.ch
T 031 631 80 37

Impressum

Herausgeber:

Die Sprecherin des Departements
Betriebswirtschaftslehre Universität Bern
Prof. Dr. Frauke von Bieberstein
Engehaldenstrasse 4
3012 Bern
www.bwl.unibe.ch/bewl

Kommunikationsrat:

Prof. Dr. Frauke von Bieberstein
Prof. Dr. Claude Messner
Prof. Dr. Thomas Myrach

Redaktion/Inserate/Korrektorat:

Prof. Dr. Thomas Myrach (Redaktionsleitung)
Linda Heini (Redaktion)
Cornelia Keel (Korrektorat)

Engehaldenstrasse 8
3012 Bern
+41 (0)31 631 80 37
kommunikation@bwl.unibe.ch

Gestaltungskonzept:
2. Stock-Süd Netthoevel & Gaberthüel

Bilder:

Titelbild: Valentino Portmann
Übrige Fotos: zvg.

Druck:

Länggass Druck AG Bern

Ausgabe:

Herbst 2016

Erscheint:

2x jährlich

Auflage:

2650 Exemplare

Raum für ihre eigenen Notizen

Gemeinsam begeistern.



Gas geben und Spass haben? Läuft bei uns!

Wir suchen engagierte Hochschulabsolventinnen und -absolventen. Steige bei uns ein!

www.postfinance.ch/students



PostFinance 

Besser begleitet.