

The background of the cover is a photograph of a modern university building with a blue facade on the left and a paved walkway leading towards a tall, cylindrical tower with a red and white checkered top. The scene is set against a clear blue sky with green trees and bushes in the foreground.

HNU

Hochschule Neu-Ulm
University of Applied Sciences

INSTITUTE FOR ENTREPRENEURSHIP

INSTITUTSBERICHT
INSTITUTE REPORT
#01

2021

INHALTSVERZEICHNIS

TABLE OF CONTENTS

VORWORT	4
ENTREPRENEURSHIP IM FOKUS	6
2020-2021	8
DAS INSTITUT	10
FORSCHUNG	14
PUBLIKATIONEN	34
LEHRE	42
TRANSFER	52
AKTIVITÄTEN VON MITGLIEDERN UND PARTNERN	58

PREFACE	4
ENTREPRENEURSHIP IN FOCUS	6
2020-2021	8
THE INSTITUTE	10
RESEARCH	14
PUBLICATIONS	34
TEACHING	42
TRANSFER	52
ACTIVITIES OF MEMBERS AND PARTNERS	58

VORWORT

PREFACE

Als wir vor knapp zwei Jahren auf einer Startup-Tour in Israel waren, kam die Idee auf, an der Hochschule Neu-Ulm ein Institut für Entrepreneurship zu gründen.

Gemeinsam mit einigen Kolleginnen und Kollegen haben wir die grundsätzliche Ausrichtung festgelegt und das Institut für Entrepreneurship am 13. Mai 2020 offiziell gegründet. Im Juni 2020 fand dann unser erster Jour Fixe auf regelmäßiger Basis statt, den wir seitdem regelmäßig durchführen, um uns zu aktuellen Themen und Projekten auszutauschen. Zudem findet einmal im Monat ein internationaler Jour Fixe statt, an dem alle externen Partner teilnehmen.

Unsere Idee ist nun Realität geworden und wir sind froh, zahlreiche Mitstreiter innerhalb und außerhalb der HNU gewonnen zu haben. Diese Mitstreiter haben alle unterschiedliche Hintergründe, Expertisen und Ideen, die unser Institut so sehr bereichern. Und auch wenn es uns nicht immer gelingt, versuchen wir auch wie Entrepreneurure zu denken und zu handeln. Eine Gründung, unabhängig ob es sich um ein Unternehmen, oder ein Institut handelt, bedarf einer klaren Mission und gemeinsamer Werte. Deshalb haben wir uns mit den Mitgliedern intensiv ausgetauscht, uns auf eine gemeinsame Agenda verständigt und einen Code of Cooperation erarbeitet. Der Code of Cooperation regelt die generelle Zusammenarbeit des Instituts für Entrepreneurship untereinander. Die Zustimmung zum Code of Cooperation ist somit ein persönliches Commitment zu den grundlegenden Kooperationsideen, Zielen und Werten des Instituts. Ein zentraler Bestandteil des Code of Cooperation ist dabei unsere Mission:

Wir, sind ein praxisorientiertes Forschungsinstitut. Deshalb ist uns der Transfer von Forschungsergebnissen in Unternehmen und zu Institutionen sowie die nationale und internationale Vernetzung besonders wichtig.

When we were on a start-up tour in Israel almost two years ago, the idea came up to found an Institute for Entrepreneurship at Neu-Ulm University of Applied Sciences.

Together with some colleagues, we defined the basic orientation and officially founded the Institute for Entrepreneurship on 13 May 2020. In June 2020, we held our first Jour Fixe on a regular basis, which we have been holding regularly since then to exchange ideas on current topics and projects. In addition, an international Jour Fixe is held once a month, in which all external partners participate.

Our idea has now become reality and we are happy to have gained numerous supporters inside and outside HNU. These comrades-in-arms all have different backgrounds, knowledge and ideas that enrich our institute so much. And even if we don't always succeed, we also try to think and act like entrepreneurs.

A start-up, whether it is a company or an institute, needs a clear mission and shared values. Therefore, we have intensively exchanged ideas with the members, agreed on a common agenda and developed a Code of Cooperation. The Code of Cooperation regulates the general cooperation between the members of the Institute for Entrepreneurship. Agreeing to the Code of Cooperation is therefore a personal commitment to the fundamental cooperation ideas, goals and values of the Institute. A central component of the Code of Cooperation is our mission:

We are a practice-oriented research institute. Therefore, the transfer of research results to companies and institutions as well as national and international networking is particularly important to us.

Das folgende Kapitel dient dazu einen einführenden Einblick in die Zielsetzung des Instituts für Entrepreneurship, dessen Mitglieder und die im Jahr 2021 relevanten in- sowie ausländischen Kooperationspartner zu geben. Wir arbeiten eng mit dem Institut für Digitale Transformation zusammen, das von Professor Dr. Klaus Lang und Professor Manfred A. Plechaty geleitet wird.

Dabei spielen folgende Punkte eine besondere Rolle:

- die Vernetzung auf regionaler, nationaler sowie internationaler Ebene
- die anwendungsorientierte Forschung zum Thema Entrepreneurship und angrenzenden Themen (z.B. Intrapreneurship, Startup-Management, CSR, Storytelling, ..)
- die Qualifikation und Sensibilisierung der Studierenden und potenzieller Gründerinnen und Gründer
- die Lehre zu unternehmerischem Denken/Handeln
- der Praxistransfer und aktive Kooperationen mit Unternehmen und Fördermöglichkeiten sowie die Unterstützung von Unternehmen zu relevanten Themen (z.B. Nachfolgerregelung).

In der kurzen Zeit ist unser Institut auf eine Mitgliederanzahl von über 30 gewachsen, die sich alle für das Thema Entrepreneurship interessieren und voller Engagement ihre Ideen in vielfältige Projekte einfließen lassen. Durch die Kooperation mit externen Partnern schafft es unser Team, sich auch international immer weiter zu verknüpfen. Wir sind gespannt auf viele neue Projekte und Herausforderungen, die uns die nächsten Jahre erwarten. Für Fragen und Anregungen stehen wir gerne zur Verfügung.

Allen Leserinnen und Lesern wünschen wir, gemäß unseres Slogans „Research that matters to startups“, viel Spaß bei der Lektüre unseres ersten Institutsberichts.

The following chapter serves to provide an introductory insight into the objectives of the Institute for Entrepreneurship, its members and the relevant domestic and foreign cooperation partners in 2021. We work closely with the Institute for Digital Transformation, which is led by Professor Dr. Klaus Lang and Professor Manfred A. Plechaty.

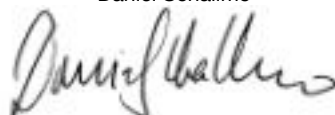
The following points play a special role:

- *networking on a regional, national and international level*
- *application-oriented research on entrepreneurship and related topics (e.g. intrapreneurship, start-up management, CSR, storytelling, ...)*
- *the qualification and sensitisation of students and potential founders*
- *teaching entrepreneurial thinking/ action*
- *the transfer of practice and active cooperation with companies and funding opportunities as well as the support of companies on relevant topics (e.g. successor regulation).*

In a short time, our institute has grown to a membership of over 30 members, all of whom are interested in the topic of entrepreneurship and are full of commitment to incorporating their ideas into a wide range of projects. Through cooperation with external partners, our team is also able to forge ever more international links. We are excited about the many new projects and challenges that await us in the coming years. Please do not hesitate to contact us if you have any questions or suggestions.

We wish all readers - according to our slogan „Research that matters to startups“ - much enjoyment in reading our first Institute report.

Daniel Schallmo



Jens Pätzmann



**ENTREPRENEURSHIP
IM FOKUS**

***ENTREPRENEURSHIP
IN FOCUS***



Das Institut ist tätig in:

Forschung

Wir forschen anwendungsorientiert zum Thema Entrepreneurship und zu angrenzenden Themen – wir setzen passende Forschungsmethoden ein - wir bieten relevanten Output in unterschiedlichen Formaten.

Lehre

Wir sensibilisieren unsere Studierenden und potenzielle Gründer mittels Netzwerkterminen – wir qualifizieren unsere Studierenden und potenzielle Gründer mittels neuer Lehr- und Informationsangebote.

Transfer

Wir bieten Transfer in die Praxis – wir nutzen aktiv Kooperationen mit Unternehmen sowie Fördermöglichkeiten – wir unterstützen Unternehmen im Hinblick auf relevante Themen (z.B. Nachfolgeregelung, Intrapreneurship).

The Institute is active in:

Research

We conduct application-oriented research on entrepreneurship and related topics - we use appropriate research methods - we offer relevant output in different formats.

Teaching

We sensitise our students and potential founders by means of networking events - we qualify our students and potential founders by means of new teaching and information offers.

Transfer

We offer transfer into practice - we actively use cooperations with companies as well as funding opportunities - we support companies with regard to relevant topics (e.g. succession planning, intrapreneurship).

2020-2021

2020-2021



Applied Design Thinking

In einem hybriden Format findet die Lehrveranstaltung Applied Design Thinking statt. Als Partnerunternehmen konnte der Grillhersteller Landmann gewonnen werden. Die Kernfrage: Wie gestaltet sich der Grill der Zukunft?

Applied Design Thinking

The Applied Design Thinking course takes place in a hybrid format. The barbecue manufacturer Landmann has been won as a partner company. The core question: How will the barbecue of the future be designed?

Oktober 2020

October 2020

13.Mai 2020

13 May 2020

Gründung des Instituts

Das Institut für Entrepreneurship wird offiziell gegründet. Wir sind ein praxisorientiertes Forschungsinstitut. Deshalb ist uns der Transfer von Forschungsergebnissen in Unternehmen und zu Institutionen sowie die nationale und internationale Vernetzung besonders wichtig. Entrepreneurship ist unsere Leidenschaft – in der Forschung, in der Lehre und im Transfer beschäftigen wir uns neben dem Entrepreneurship auch mit angrenzenden Themen.

Foundation of the Institute

The Institute for Entrepreneurship is officially founded. We are a practice-oriented research institute. Therefore, the transfer of research results to companies and institutions as well as national and international networking is particularly important to us. Entrepreneurship is our passion - in research, teaching and transfer, we also deal with related topics in addition to entrepreneurship.

Dezember 2020

December 2020

ISPIM Global

Auf der ISPIM Connects Global 2020 werden zu den Themen „Understanding Digital Platforms in B2B: Literature Review and Case Studies“ und „Design Thinking During the COVID-19 Pandemic in Higher Education“ Forschungsergebnisse vorgestellt.

ISPIM Global

At ISPIM Connects Global 2020 research findings on "Understanding Digital Platforms in B2B: Literature Review and Case Studies" and "Design Thinking During the COVID-19 Pandemic in Higher Education" are presented.



Gründungsmentoring für Frauen

Prof. Dr. Julia Künkele setzt sich im Januar für ein Gründungsmentoring für Frauen ein, bei denen sie Frauen mit Migrationshintergrund zu einer Chance auf Unternehmensgründung verhilft.

In einer Serie von Netzwerktreffen und Workshops erhielten die Gründungsinteressierten Informationen über anstehende Aufgaben und potenzielle Hindernisse, sowie Unterstützung auf dem Weg zum eigenen Businessplan.

Start-up mentoring for women

In January, Prof. Dr. Julia Künkele advocates start-up mentoring for women, in which she helps women with a migration background to get a chance to start a business. In a series of networking meetings and workshops, those interested in founding a business received information about upcoming tasks and potential obstacles, as well as support on the way to their own business plan.

Januar 2021

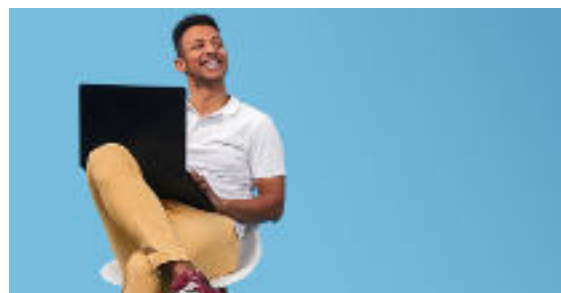
January 2021

Internationaler Hackathon

Bei der S.E.H. International Challenge dreht sich im Juni alles um kreative Zugänge zu aktuellen Herausforderungen des Gesundheitswesens: Studierende des Tel-Hai College in Israel und der HNU tüfteln vom 17. bis zum 18. Juni 2021 auf digitalem Wege gemeinsam an Lösungen für das Mazor Hospital in Israel.

International Hackathon

The S.E.H. International Challenge in June is all about creative approaches to current challenges in healthcare: students from Tel-Hai College in Israel and HNU are working together digitally on solutions for Mazor Hospital in Israel from 17 to 18 June 2021.



Mai 2021

May 2021

Februar 2021

February 2021

Kollegen von Max Stern Yizreel Valley College, Tel-Hai College & Technion neue Partner

Im Februar schaffte es das Institut nach einem internationalen Workshop mit weiteren israelischen Partnern eine Kooperation aufzubauen. Frisch dazu kommen Prof. Dr. Eli Gimmon, Prof. Dr. Shosh Shahrabani, Dr. Sara Lev und Mira Hershkovitz. Neben dem Academic College of Tel Aviv-Yaffo, vertreten durch Dr. Vered Holzmann, sind es nun Kollegen von vier Colleges.

Colleagues from Max Stern Yizreel Valley College, Tel-Hai College & Technion new partners

In February, the Institute managed to establish cooperation with more Israeli partners after an international workshop. New additions are Prof. Dr. Eli Gimmon, Prof. Dr. Shosh Shahrabani, Dr. Sara Lev and Mira Hershkovitz. In addition to the Academic College of Tel Aviv-Yaffo, represented by Dr. Vered Holzmann, there are now colleagues from four colleges.

Oktober 2021

October 2021

Neuer Masterstudiengang

Der Masterstudiengang Digital Transformation und Global Entrepreneurship ist ein englischsprachiger, internationaler und online-basierter (ca. 25%) Studiengang, welcher die zukünftigen globalen Entrepreneur, Intrapreneure und den Wissenschaftsnachwuchs mit Kompetenzen in den Bereichen Global Entrepreneurship, Digitale Transformation und Research ausstattet. Die Studierenden erwerben das Wissen und das Können eine Berufstätigkeit in internationalen Unternehmen sowie eine weiterführende akademische Qualifizierung im Rahmen eines Promotionsprogramms aufzunehmen.

New Master's programme

The Master's programme in Digital Transformation and Global Entrepreneurship is an English-language, international and online-based (approx. 25%) programme that equips future global entrepreneurs, intrapreneurs and young academics with skills in the areas of global entrepreneurship, digital transformation and research. Students acquire the knowledge and skills to take up a professional activity in international companies as well as further academic qualification within the framework of a doctoral programme.

DAS INSTITUT

THE INSTITUTE

Das Institut besteht aus Mitgliedern, Beiräten und Partnern. Dabei spielt Diversität eine besondere Rolle, da jede beteiligte Person eine besondere Expertise aufweist, die in den Kontext Entrepreneurship gesetzt wird.

The Institute consists of members, advisory boards and partners. Diversity plays a special role here, as each person involved has a particular expertise that is placed in the context of entrepreneurship.

MITGLIEDER

MEMBERS



PROF. DR. DANIEL SCHALLMO

Leiter des Instituts für Entrepreneurship

Head of the Institute for Entrepreneurship



PROF. DR. JENS PÄTZMANN

Leiter des Instituts für Entrepreneurship

Head of the Institute for Entrepreneurship



PROF. MICHAEL HEBEL

Professor für Game Art und Design

Professor for Game Art and Design



PROF. DR. KLAUS LANG

Direktor am Institut für Digitale Transformation

Director at the Institute for Digital Transformation



PROF. DR. MARTIN MARZ

Beauftragter für Existenzgründungsfragen

Representative for business start-up issues



PROF. MANFRED A. PLECHATY

Direktor am Institut für Digitale Transformation

Director at the Institute for Digital Transformation



PROF. DR. ELMAR STEURER

Dekan Fakultät Wirtschaftswissenschaften

Dean Faculty of Economics



PROF. DR. HANS-MICHAEL FERDINAND

Professor für Marketing und Wirtschaftsethik

Professor of Marketing and Business Ethics



PROF. DR. THOMAS HÄNICHEN

Studiengangleiter MBA
General Management

*Head of MBA General
Management*



PROF. DR. JULIA KÜNKELE

Modulleitung
Führungsverhältnis

*Module Leadership
Relationship*



JURI FLAKOWSKI

Studentische Hilfskraft
am Institut für
Entrepreneurship

*Student Assiate at the
Institute for
Entrepreneurship*



ANTONIA HANESCH

Wissenschaftliche
Mitarbeiterin am Institut
für Entrepreneurship

*Research Associate at
the Institute for
Entrepreneurship*



MARTIN SCHWARZ

Wissenschaftlicher Mitarbeiter
für den Bereich
Gründungsförderung
Innovation und Transfer

*Research Associate for the
area of start-up promotion,
innovation and transfer*



CARINA VOLK

Wissenschaftliche Mitarbeiterin für
den Bereich innovative Lehr- und
Veranstaltungsangebote in der
Gründungsförderung

*Research Associate for the area of
innovative teaching and event
offerings in start-up promotion*

BEIRÄTE ADVISORY BOARDS



PROF. DR. THOMAS BAYER

Professor mit
Schwerpunkt inter-
nationales Management

*Professor with focus on
international
management*



PROF. DR. PATRICK DA-CRUZ

Praxisbeauftragter
Betriebswirtschaft im
Gesundheitswesen

*Practice Representative
Business Administration
in Health Care*



PROF. DR. ACHIM DEHNERT

Dekan der Fakultät
Informations-
management

*Dean of the Faculty of
Information
Management*



**DR. TOBIAS-
MARKUS-
ENGELHARDT**

Hochschule Neu-Ulm
Lehrbeauftragter

*Lecturer at Neu-Ulm
University of Applied
Sciences*

PARTNER UND PARTNERINNEN

PARTNERS



DR. ANNA ABELMANN

Wissenschaftliche Koordinierungsstelle Bayern-Israel

Academic Coordination Office Bavaria-Israel



PROF. DR. SOFIA ASONITOU

Professorin für Rechnungswesen Ausbildung,

Associate Professor of Accounting Education, University of West Attica, Greece



PROF. DR. HARRY BAUER

(em.) Professor für Produktmanagement

Professor for Product Management, Hochschule Aalen



TAL BERMAN

Experte für globale Innovation

Expert for global innovation, RishonLezion, Israel



PROF. DR. ELI GIMMON

Professor für Entrepreneurship und Strategie am Tel Hai-College, Israel

Professor of Entrepreneurship and Strategy at Tel-Hai College, Israel



DR. NURIT HASHIMSHONY-YAFFE

Dozentin am Academic College of Tel Aviv-Yaffo, Israel

Senior lecturer at the Academic College of Tel Aviv-Yaffo, Israel



MIRA HERSHKOVITZ

Leiterin für Entrepreneurship und Industriebeziehungen am Tel-Hai College, Israel

Director of Entrepreneurship and Industrial Relations at Tel-Hai College, Israel



DR. VERED HOLZMANN

Leiterin für Forschung, Entwicklung & Innovation am Academic College of Tel Aviv-Yaffo, Israel

Director of Research, Development & Innovation at the Academic College of Tel Aviv-Yaffo, Israel



DR. MEIR KOGMAN

Dozent für Recht, College of Management Academic Studies, Israel

Senior Lecturer in Law, College of Management Academic Studies, Israel



DR. SARA LEV

Dozentin am Technion, Israel

Adjunct Senior Lecturer at the Technion, Israel



DR. YAEL PEDRO

Leiter des Shenkar-Zentrums für Internationalisierung

Head of Shenkar Center for Internationalisation



PROF. DR. SHOSH SHAHRABANI

Leiterin der Forschungsbehörde, The Max Stern Yezreel Valley College, Israel

Head of Research, The Max Stern Yezreel Valley College, Israel



MICHAEL REICHERT

Leiter StarterCenter IHK Ulm

Head of StarterCenter IHK Ulm



ALBERT SCHMIDT

Gründer des Startup Magazins Rocket Ulm

Founder of the Startup Magazine Rocket Ulm



OLIVER STIPAR

Geschäftsführer, IHK Regionalgeschäftsstelle Schwaben

Managing director, IHK Swabia Regional Office



DR. BIRGIT STELZER

Universität Ulm, Lehrbeauftragte

University of Ulm, Lecturer



ROEI ZERAHIA

Fakultätsmitglied am Shenkar College, Israel

Faculty member, Shenkar College, Israel



FORSCHUNG ***RESEARCH***



2020-2021

2020-2021

Wir forschen anwendungsorientiert zum Thema Entrepreneurship und zu angrenzenden Themen und erzeugen praxisrelevante Ergebnisse.

Folgende Themen sind für uns im Rahmen der Forschung relevant:

- Entrepreneurship, Intrapreneurship, Geschäftsmodell Innovation
- Customer Experience Design, Customer Centricity, Customer Insights
- Branding, Storytelling, Personality Tests, Archetypen
- Business Ethics und Sustainable Entrepreneurship.

Dabei setzen wir primär folgende Methoden ein, die wir bei Bedarf miteinander kombinieren:

- Case Study Research, Action Research, Grounded Theory
- Qualitative Inhaltsanalyse, Text Mining, Bibliometrische Analyse, Quantitative Onlineforschung
- Fokusgruppeninterviews, Experteninterviews, Einzelexplorationen.

We conduct application-oriented research on entrepreneurship and related topics and produce results that are relevant to practice.

The following topics are relevant for us in the context of research:

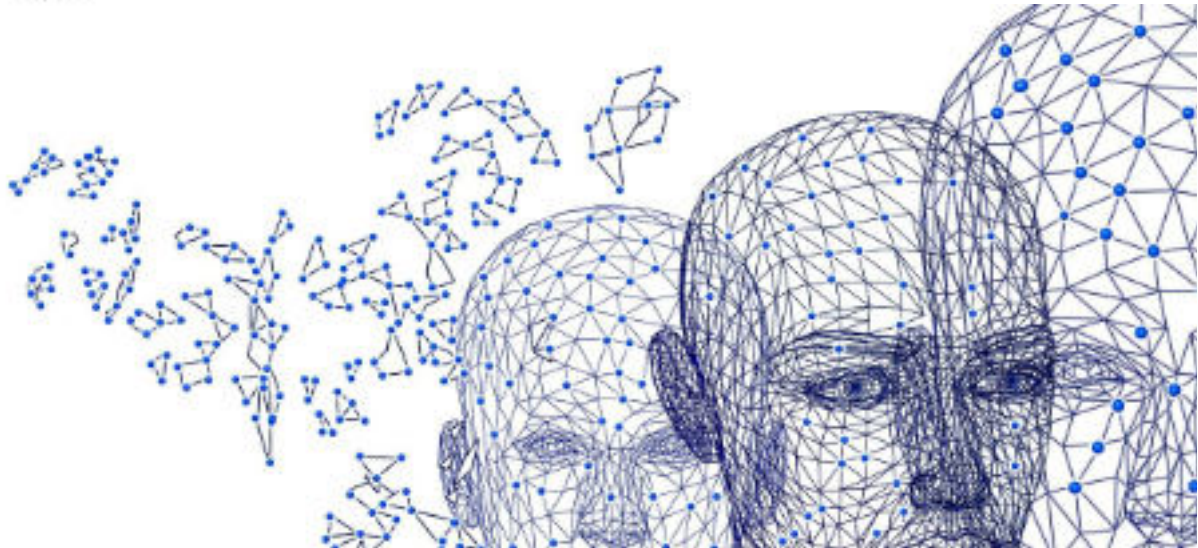
- *Entrepreneurship, Intrapreneurship, Business Model Innovation*
- *Customer Experience Design, Customer Centricity, Customer Insights*
- *Branding, Storytelling, Personality Tests, Archetypes*
- *Business Ethics and Sustainable Entrepreneurship.*

We primarily use the following methods, which we combine as needed:

- *Case Study Research, Action Research, Grounded Theory*
- *Qualitative Content Analysis (QCA), Text Mining, Bibliometric Analysis, Quantitative online research*
- *Focus Group Interviews, Expert Interviews, Individual Explorations, Quantitative Online Research.*

ISPIM KONFERENZ JUNI 2020

ISPIM CONFERENCE JUNE 2020



Das Institut für Entrepreneurship hat im Juni an der ISPIM Innovation Konferenz 2020 teilgenommen. Zum ersten Mal fand die ISPIM Konferenz in einem virtuellen Format statt. Unter dem Motto „Innovating in Times of Crisis“ fanden sich an den drei Tagen über 500 Teilnehmer zusammen, die in über 250 Präsentationen und über 25 interaktiven Workshops ihre Forschungsergebnisse teilten und ihr Netzwerk erweitern konnten. Zu den 33 Experten und Vordenkern zählten in diesem Jahr unter anderem Henry Chesbrough, der Begründer von „Open Innovation“, Oliver Gassmann, Professor für Technologiemanagement an der Universität St. Gallen und Autor des „Business Model Navigators“, sowie Gary Hamel, u.a. Autor von „Leading the Revolution“ und Urheber des VRIO Frameworks.

The Institute for Entrepreneurship participated in the ISPIM Innovation Conference 2020 in June. For the first time, the ISPIM conference took place in a virtual format. Under the motto "Innovating in Times of Crisis", more than 500 participants came together over the three days to share their research and expand their network in over 250 presentations and more than 25 interactive workshops. This year's 33 experts and thought leaders included Henry Chesbrough, the founder of "Open Innovation", Oliver Gassmann, Professor of Technology Management at the University of St. Gallen and author of the "Business Model Navigator", and Gary Hamel, author of "Leading the Revolution" and creator of the VRIO Framework, among others.

Paper: An Approach for a Digital Maturity Model for SMEs based on Their Requirements

Prof. Dr. Daniel Schallmo, Prof. Dr. Klaus Lang, Daniel Hasler, Katharina Ehmig-Klassen, Christopher A. Williams

Table 2 Existing digital maturity models vs. SME requirements

Requirements / Dimensions	Industrie 4.0- Readiness- Modell	Digitaler Reifegrad von Schweizer KMU	Industry 4.0 / Dig. Operations Self- Assessment	Potential-analyse 4.0
Strategy	○	●	●	○
Partner interface		○		○
Processes	○	●	●	●
Employees	○	●	●	●
Technologies	○	●	●	●
Customer interface		●	●	○
Products & services	○	●		●

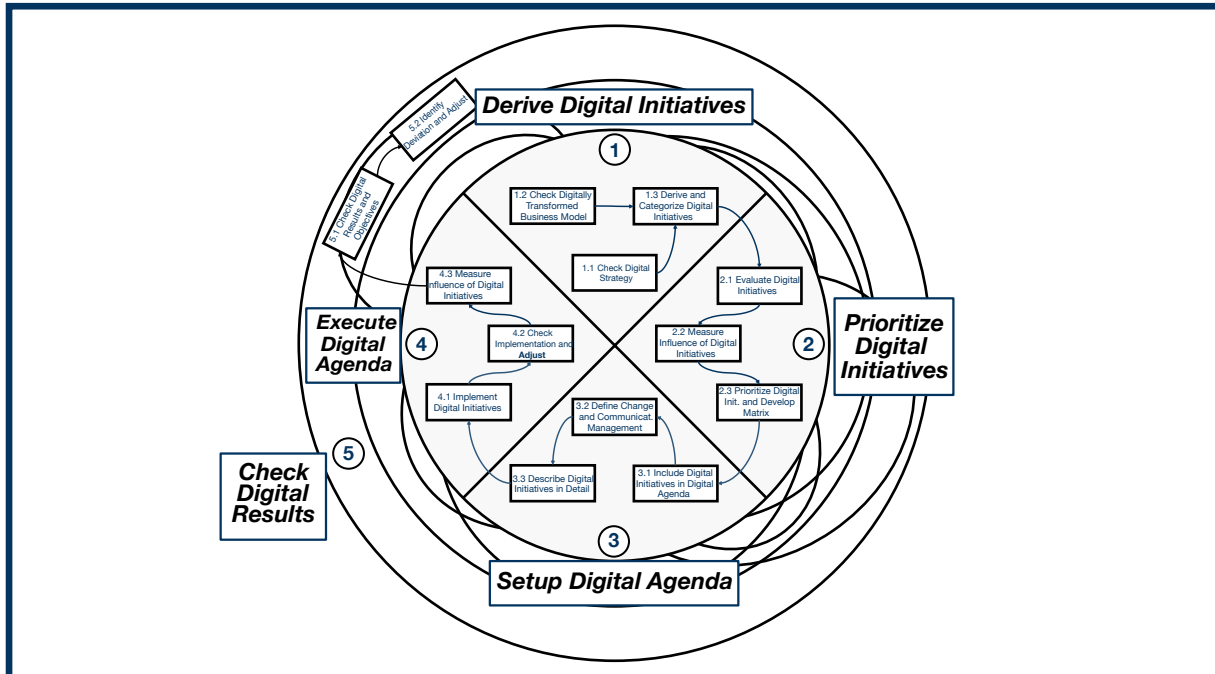
● included in the model
 ○ partly included in the model
 (blank) not included in the model

Ziel dieses Papers ist es, eine systematische Literaturübersicht über digitale Reifegradmodelle für KMUs zu präsentieren. Die Untersuchung stützt sich auf frühere Modelle, in denen bestehende Ansätze für digitale Reifegradmodelle für KMUs analysiert und verglichen wurden. Die Autoren schlagen vor, ein konzeptionelles Forschungsdesign zu verwenden, um Erkenntnisse zu gewinnen, die zur Validierung des Modells beitragen. Die Ergebnisse zeigen, dass digitale Reifegradmodelle derzeit ein relevantes Thema in verschiedenen Branchen sind, aber immer noch durch den Mangel an Validierung und geeigneten digitalen Reifegradmodellen für KMUs eingeschränkt sind. Das Paper bietet ein erstes digitales Reifegradmodell, das aus sechs Dimensionen besteht: Strategie, Produkte/Dienstleistungen, Technologie, Menschen/Kultur, Management und Prozesse. Im Rahmen des vorgeschlagenen Forschungsdesigns bieten das Paper wertvolle Erkenntnisse darüber, wie weitere Beiträge zum Bereich der Reifegradmodelle geleistet werden können.

The aim of this paper is to present a systematic literature review on digital maturity models for SMEs. The review draws on previous models that have analysed and compared existing approaches to digital maturity models for SMEs. The authors propose to use a conceptual research design to gain insights that contribute to the validation of the model. The results show that digital maturity models are currently a relevant topic in various industries, but are still limited by the lack of validation and suitable digital maturity models for SMEs. The paper offers a first digital maturity model consisting of six dimensions: strategy, products/services, technology, people/culture, management and processes. Within the proposed research design, the paper offers valuable insights on how to further contribute to the field of maturity models.

Paper: An Integrated Approach to Digital Implementation

Prof. Dr. Daniel Schallmo, Christopher A. Williams



In diesem Paper wurde ein integrierter Ansatz für die digitale Umsetzung entwickelt. Die Forschung basiert auf bestehenden Ansätzen zur digitalen Strategie und digitalen Umsetzung. Die Ergebnisse zeigen, dass die bestehenden Theorien zur digitalen Implementierung unzureichend sind. Das Kapitel bietet einen integrierten Ansatz für die digitale Implementierung, der aus dem TOSC-Modell und dem DPSEC-Zirkel der Autoren besteht. Das TOSC-Modell stellt die wichtigsten Dimensionen der digitalen Implementierung dar und steht für: Technologie, Organisation, Fertigkeiten und Kultur. Der DPSEC-Circle besteht aus fünf Phasen für die digitale Implementierung: Ableitung digitaler Initiativen, Priorisierung digitaler Initiativen, Aufstellung einer digitalen Agenda, Ausführung der digitalen Agenda und Überprüfung der digitalen Ergebnisse. Damit wird eine bestehende Forschungslücke bei der digitalen Implementierung geschlossen. Das Kapitel bietet Erkenntnisse für die weitere Forschung.

This paper develops an integrated approach to digital implementation. The research is based on existing approaches to digital strategy and digital implementation. The results show that existing theories on digital implementation are insufficient. The chapter provides an integrated approach to digital implementation consisting of the TOSC model and the authors' DPSEC circle. The TOSC model represents the key dimensions of digital implementation and stands for: Technology, Organisation, Skills and Culture. The DPSEC Circle consists of five phases for digital implementation: deriving digital initiatives, prioritising digital initiatives, setting a digital agenda, executing the digital agenda and reviewing digital outcomes. This addresses an existing research gap in digital implementation. The chapter offers insights for further research.

ISPIM CONNECTS GLOBAL NOVEMBER 2020

ISPIM CONNECTS GLOBAL NOVEMBER 2020



Die ISPIM Connects Global 2020 fand erneut in einem virtuellen Format statt. Unter dem Motto „Celebrating the World of Innovation“ hielten 99 Experten aus 21 verschiedenen Ländern in über 80 Präsentationen ihre Forschungsergebnisse, Success Stories und regionale Einblicke fest.

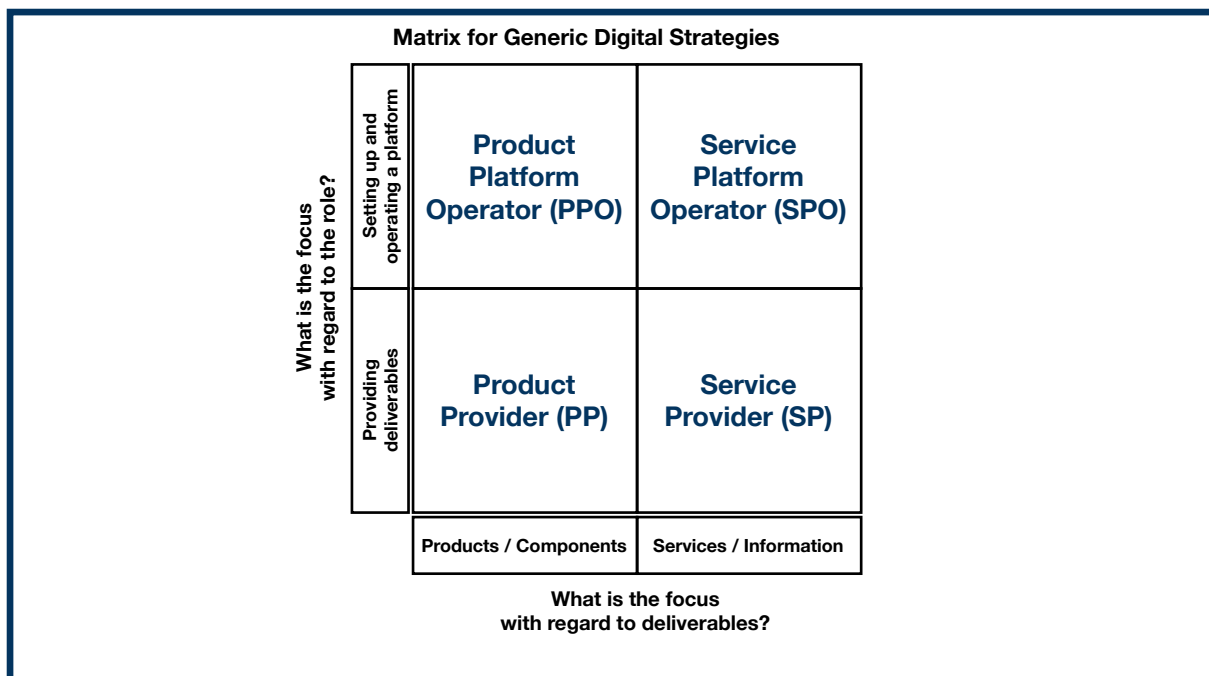
Zu den Experten und Denkern zählten dieses Jahr unter anderem Joanne Hyland, Präsidentin der Rinnoovation Group, Karel Vredenburg, als Director tätig im Global Design Leadership bei IBM, sowie Tamako Watanabe, Spezialistin im Japan Research Institute.

ISPIM Connects Global 2020 took place in a virtual format this year from 6 to 8 December 2020. Under the motto "Celebrating the World of Innovation", 99 experts from 21 different countries shared their research findings, success stories and regional insights in over 80 presentations.

This year's experts and thinkers included Joanne Hyland, President of the Rinnoovation Group, Karel Vredenburg, Director of Global Design Leadership at IBM, and Tamako Watanabe, Specialist at the Japan Research Institute.

Paper: Understanding Digital Platforms in B2B: Literature Review and Case Studies

Daniel Hasler, Prof. Dr. Daniel Schallmo, Tobias Hackl, Prof. Dr. Klaus Lang

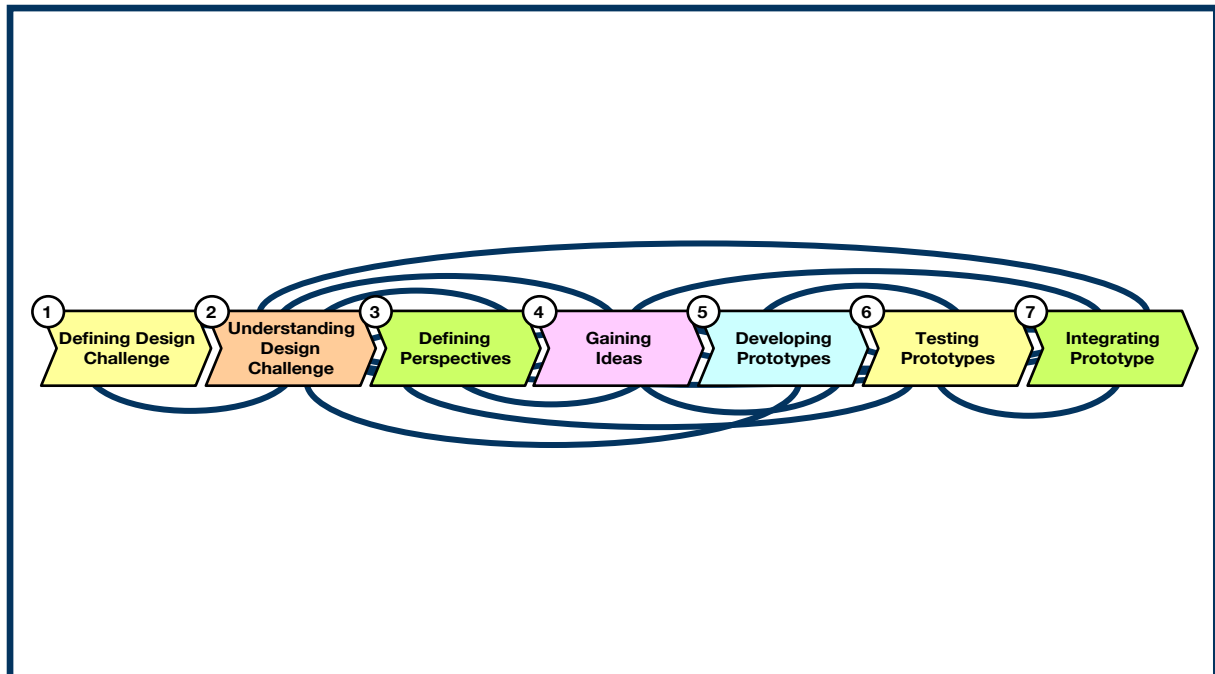


Dieses Paper gibt Forschern einen Überblick über Ansätze für digitale Plattformen in einem KMU- und B2B-Kontext. Die Forschung basiert auf einer systematischen Literaturrecherche, in der bestehende Ansätze zum Aufbau digitaler Plattformen unter besonderer Berücksichtigung von KMUs im B2B-Kontext analysiert und verglichen wurden. Darüber hinaus wurden drei Fallstudien von deutschen KMUs durchgeführt, die ihre eigenen digitalen B2B-Plattformen aufbauen. Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Unternehmen von einer traditionellen Produkthanbieterposition zu Produkt- und Dienstleistungsanbietern über digitale Plattformen wandeln. Darüber hinaus gibt das Paper Empfehlungen für die weitere Forschung.

This paper provides researchers with an overview of approaches to digital platforms in an SME and B2B context. The research is based on a systematic literature review in which existing approaches to building digital platforms were analysed and compared with a special focus on SMEs in a B2B context. In addition, three case studies of German SMEs building their own B2B digital platforms were conducted. The results show that companies are transforming from a traditional product provider position to product and service providers via digital platforms. Furthermore, the paper provides recommendations for further research.

Paper: Design Thinking During the COVID-19 Pandemic in Higher Education

Prof. Dr. Daniel Schallmo, Christopher A. Williams, Katharina Ehmig-Klassen, Prof. Dr. Klaus Lang



In diesem Beitrag wird ein integrierter Design-Thinking-Ansatz mit Zielen, Aktivitäten, Instrumenten und relevanten Ergebnissen beschrieben, der in der Vergangenheit in der Wissenschaft angewandt wurde. Kürzlich wurde der Ansatz in der Lehre während der COVID-19-Pandemie angewandt. Die Forschung basiert auf der Methodik der Fallstudie. Die wichtigsten Ergebnisse sind, dass es möglich ist, einen integrierten Ansatz für Design Thinking im Kontext einer Pandemie anzuwenden und online zu arbeiten, der sowohl die Bedürfnisse der Hochschule als auch die des Unternehmens erfüllt. Das Papier bietet einen integrierten Ansatz für Design Thinking, zwei Fallstudien, in denen dieser Ansatz während einer Pandemie angewandt wurde und wichtige Erfolgsfaktoren für die Anwendung.

This paper describes an integrated design thinking approach with objectives, activities, tools and relevant outcomes that has been applied in academia in the past. Recently, the approach was applied in teaching during the COVID 19 pandemic. The research is based on the case study methodology. The main findings are that it is possible to apply an integrated approach to design thinking in the context of a pandemic and work online that meets the needs of both the university and the organisation. The paper provides an integrated approach to design thinking, two case studies where this approach was applied during a pandemic and key success factors for its application.

ISPIM BERLIN JUNI 2021

ISPIM BERLIN JUNE 2021



Auch 2021 musste die ISPIM Innovation Conference Berlin virtuell stattfinden. In den drei Tagen hielten über 600 Innovationsexperten mehr als 300 Präsentationen. Zusätzlich fanden über 25 Workshops statt.

Zu den Experten und Denkern zählten dieses Jahr unter anderem Travis Robinson, Global Head of Diversity, Inclusion and Belonging bei Spotify, Rafael Laguna de la Vera, Direktor der Bundesagentur für Sprunginnovationen, sowie Ladeja Godina Košir, Gründer und Executive Director bei Circular Change & Vorsitzender von CG ECESP.

Darüber hinaus erhielt Prof. Dr. Schallmo den Scientific Panel Contribution Award für den besten wissenschaftlichen Beitrag zu den ISPIM-Aktivitäten.

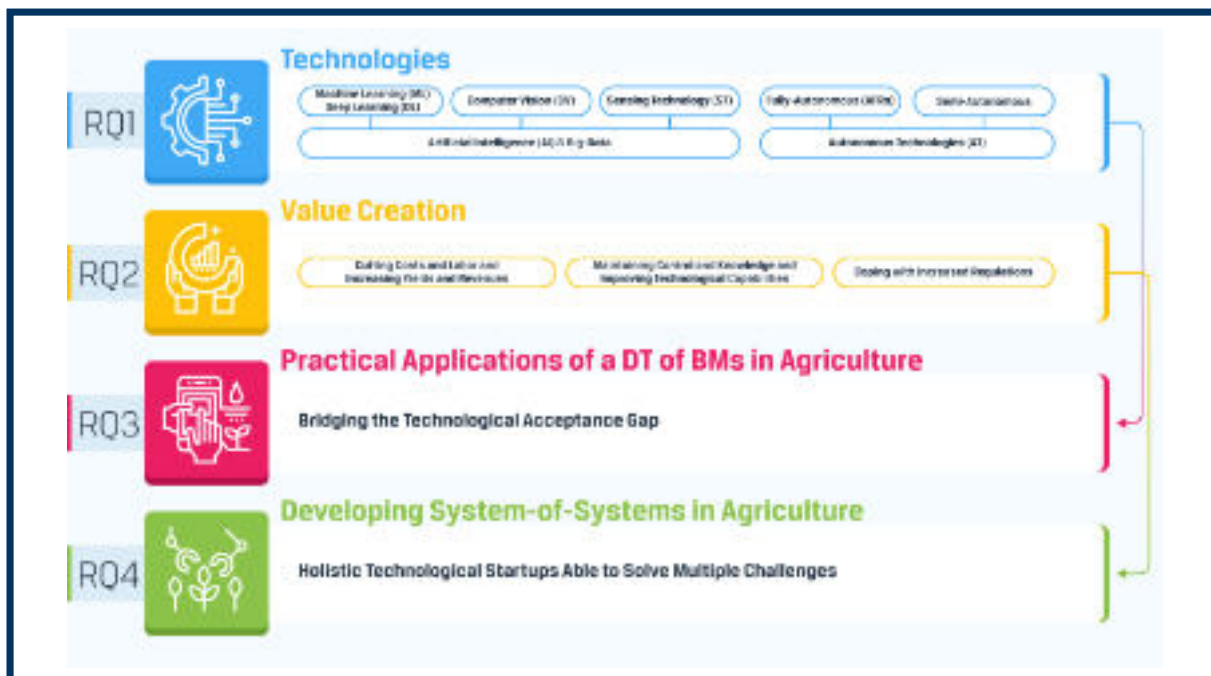
In 2021, the ISPIM Innovation Conference Berlin also had to take place virtually. Over the three days, more than 600 innovation experts gave more than 300 presentations. In addition, more than 25 workshops took place.

This year's experts and thinkers included Travis Robinson, Global Head of Diversity, Inclusion and Belonging at Spotify, Rafael Laguna de la Vera, Director of the Federal Agency for Leap Innovations, and Ladeja Godina Košir, Founder and Executive Director at Circular Change & Chairman of CG ECESP.

In addition, Prof. Dr Schallmo received the Scientific Panel Contribution Award for the best scientific contribution to ISPIM activities.

Paper: Digital transformation of business models in the Israeli AgTech landscape

Tal Berman, Prof. Dr. Daniel Schallmo

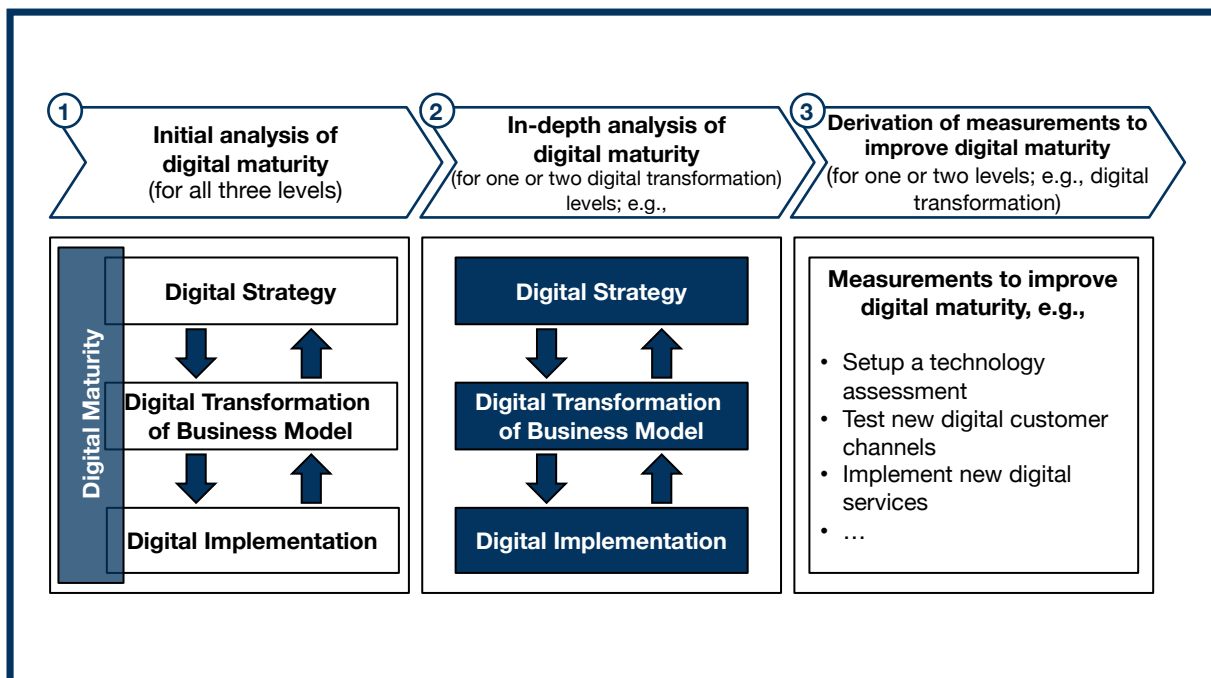


Dieses Paper stellt die digitale Transformation von Geschäftsmodellen in der israelischen AgTech-Landschaft dar. Zu diesem Zweck wurde die AgTech-Landschaft kartiert und 10 semi-strukturierte Interviews mit Experten auf diesem Gebiet geführt. Die Agrarindustrie hat, besonders in Zeiten der COVID-19-Pandemie, viel Aufmerksamkeit erhalten. Während die Landwirte mit zahlreichen Herausforderungen, wie z. B. dem Klimawandel, dem Mangel an Ressourcen und der zunehmenden Regulierung, konfrontiert sind, stehen sie gleichzeitig unter großem Druck, mehr zu produzieren. In dem Beitrag werden die Technologien und Start-ups vorgestellt, die diesen Sektor prägen.

This paper presents the digital transformation of business models in the Israeli AgTech landscape. For this purpose, the AgTech landscape was mapped and 10 semi-structured interviews were conducted with experts in the field. The agro-industry has received a lot of attention, especially in times of the COVID-19 pandemic. While farmers face many challenges, such as climate change, lack of resources and increasing regulation, they are also under great pressure to produce more. The article presents the technologies and start-ups that are shaping this sector.

Paper: Integrated Approach for Digital Maturity: Levels, Procedure, and In-Depth Analysis

Prof. Dr. Daniel Schallmo, Christopher A. Williams

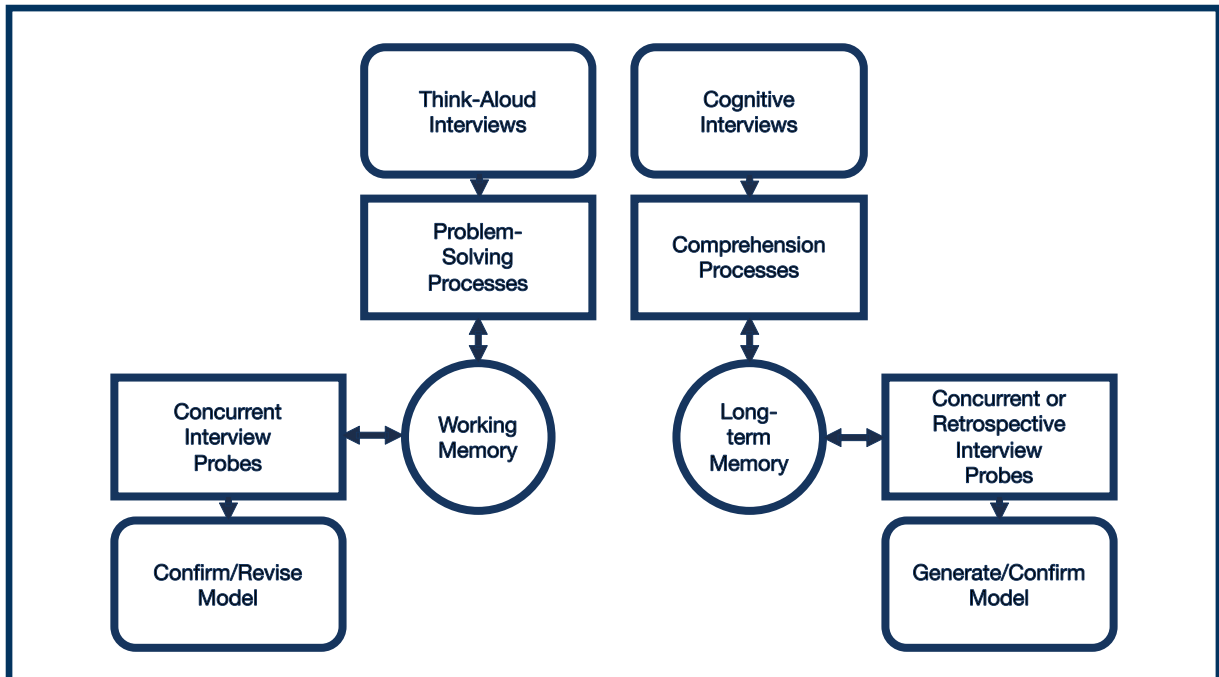


Dieses Paper präsentiert einen integrierten Ansatz zur Messung und Weiterentwicklung der digitalen Reife. Der integrierte Ansatz besteht aus mehreren grundlegenden Ebenen für eine strategisch ausgerichtete Digitalisierung. Dazu gehören die digitale Strategie, die digitale Transformation und die digitale Implementierung. Der Ansatz besteht außerdem aus drei relevanten Schritten: einer ersten Analyse der digitalen Reife, einer vertieften Analyse und der Ableitung von Maßnahmen.

This paper presents an integrated approach to measuring and developing digital maturity. The integrated approach consists of several fundamental levels for a strategically oriented digitalisation. These include digital strategy, digital transformation and digital implementation. The approach also consists of three relevant steps: an initial analysis of digital maturity, a more in-depth analysis and the derivation of measures.

Paper: Interdisciplinary Approach to Innovation Management Research: A Conceptual Methodological Framework

Christopher A. Williams, Prof. Dr. Daniel Schallmo

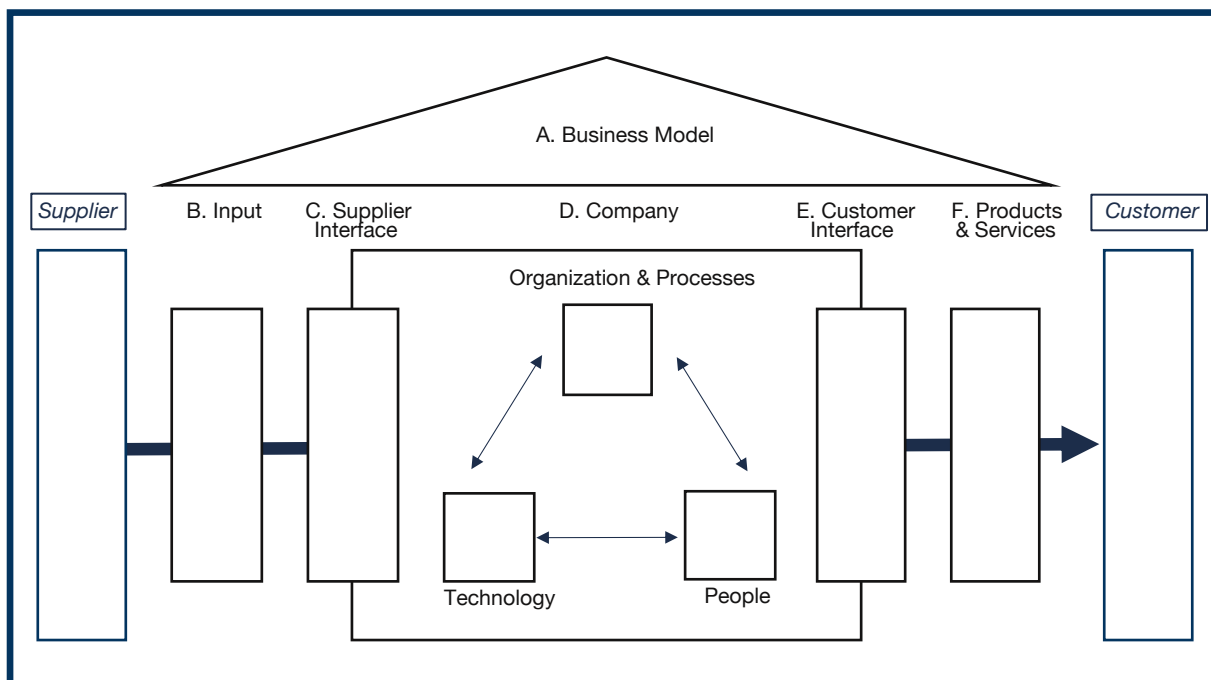


Die Untersuchung von agilen Praktiken gilt als ein grundlegender Forschungsbereich im Innovationsmanagement. Design Thinking ist eine dynamische, innovative, agile Praxis, die bisher noch nicht ausreichend mit einem interdisziplinären Ansatz untersucht wurde. Design-Thinking-Experten verfügen über kognitive und metakognitive Prozesse, die den Wissensaustausch und die Anpassungsfähigkeit unterstützen, die für die Durchführung von Design-Thinking-Initiativen notwendig sind. Eine Untersuchung des Mindsets dieser Design Thinking-Experten hilft bei der Verbesserung des Wissensaustauschs und der Anpassungsfähigkeit, was für Wissenschaftler und Praktiker von großem Nutzen ist, um zu verstehen, wie man Design Thinking besser unterstützen kann.

The study of agile practices is considered a fundamental research area in innovation management. Design thinking is a dynamic, innovative agile practice that has not yet been sufficiently studied with an interdisciplinary approach. Design thinking practitioners have cognitive and metacognitive processes that support the knowledge sharing and adaptability necessary to carry out design thinking initiatives. Studying the mindset of these design thinking experts helps to improve knowledge sharing and adaptability, which is of great use for researchers and practitioners to understand how to better support design thinking.

Paper: A systems theory-based conceptual framework for holistic digital transformation

Prof. Dr. Klaus Lang, Daniel Hasler, Tobias Hackl, Katharina Ehmig-Klassen



Dieser Beitrag setzt sich für eine systemtheoretische Sichtweise auf die digitale Transformation (DT) von Unternehmen ein. Diese Perspektive trägt zu einer ganzheitlicheren, stabileren, zeitunabhängigen und kundenzentrierten Sicht bei und dient, Vorhaben der digitalen Transformation effektiv zu bewältigen. Die Autoren analysieren bestehende Ansätze, Modelle und Frameworks zur DT sowie die angrenzenden Bereiche Geschäftsmodellinnovation und digitale Reifegradmodelle und bewerten sie unter Verwendung der systemtheoretischen Terminologie. Basierend auf der Analyse schlagen sie ein auf der Systemtheorie basierendes DT-Framework vor, welches anhand von Fallstudien dreier deutscher KMUs, die sich in unterschiedlichen Phasen ihres DT-Prozesses befinden, evaluiert wird.

This paper advocates for a systems theory perspective on the digital transformation (DT) of companies. This perspective contributes to a more holistic, stable, time-independent and customer-centric view and serves to effectively manage digital transformation projects. The authors analyse existing approaches, models and frameworks for DT as well as the related areas of business model innovation and digital maturity models and evaluate them using systems theory terminology. Based on the analysis, they propose a DT framework based on systems theory, which is evaluated using case studies of three German SMEs that are in different stages of their DT process.

ISPIM VALENCIA NOVEMBER 2021

ISPIM VALENCIA NOVEMBER 2021



Das Institut für Entrepreneurship und das Institut für Digitale Transformation haben auf der diesjährigen ISPIM-Konferenz in Valencia vier Paper präsentiert. Nach einer knapp 2-jährigen Pause fand in diesem Jahr die ISPIM-Konferenz wieder in Präsenz statt.

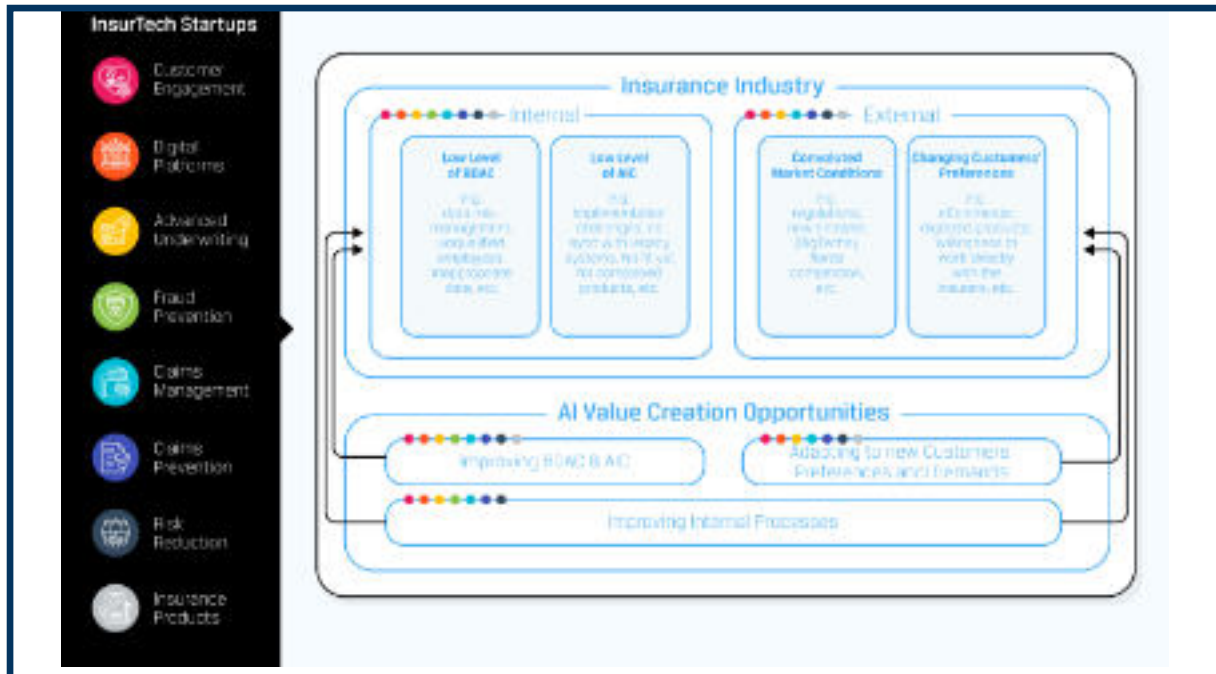
Über 200 Teilnehmende aus 25 Ländern sind vom 29.11.2021 bis zum 01.12.2021 in Valencia zusammengekommen. In über 120 Präsentationen wurden dabei Themen rund um Innovation und Digitalisierung vorgestellt und diskutiert.

The Institute for Entrepreneurship and the Institute for Digital Transformation presented four papers at this year's ISPIM conference in Valencia. After a break of almost 2 years, the ISPIM conference took place again this year in Valencia.

More than 200 participants from 25 countries met in Valencia from 29.11.2021 to 01.12.2021. In over 120 presentations, topics related to innovation and digitalisation were presented and discussed.

Paper: Business Models Transformation through Artificial Intelligence in the Israeli InsurTech

Tal Berman, Prof. Dr. Schallmo, Christopher A. Williams

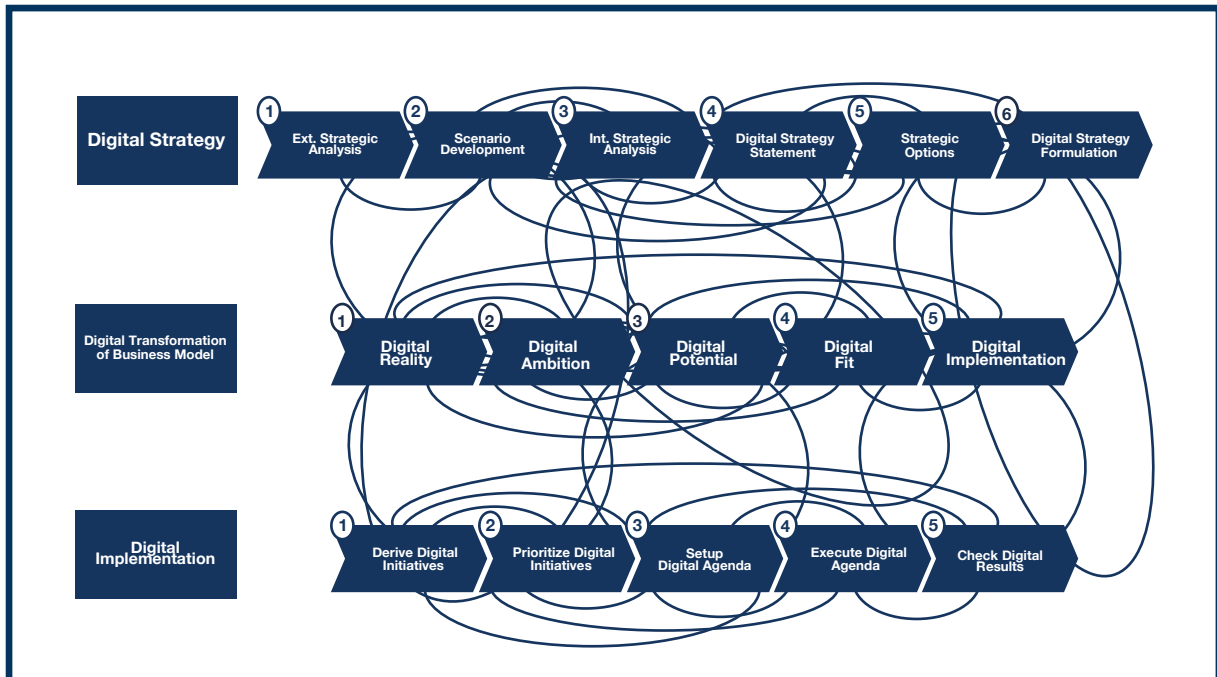


In diesem Beitrag wird die digitale Transformation von Geschäftsmodellen (DTBM) durch künstliche Intelligenz (KI) in der israelischen InsurTech-Branche vorgestellt. Zu diesem Zweck haben die Autoren diese Landschaft anhand von Archivdaten kartiert und 10 halbstrukturierte Interviews mit Experten in diesem Bereich geführt. Externe (z. B. veränderte Kundenpräferenzen) und interne Herausforderungen (z. B. geringe IT-Kapazitäten) haben den Bedarf an DTBM deutlich gemacht, wobei die KI-Technologie eine wichtige Rolle als Treiber dafür spielt. In diesem Beitrag werden diese Herausforderungen und die Wertschöpfungsmöglichkeiten vorgestellt die KI in der Branche mit sich bringt. Außerdem wird präsentiert, wie israelische InsurTech-Start-ups die Branche gestalten, Herausforderungen lösen und Werte schaffen. Damit helfen die Autoren, viele Lücken zu schließen, z.B. wie KI für die Wertschöpfung genutzt wird, wie Data-Driven-Business-Modelle auf Big-Data-Analysen als Schlüsselaktivität für die Wertschöpfung setzen und wie DTBM-Innovationen in der Praxis funktionieren.

This paper will present the digital transformation of business models (DTBM) through artificial intelligence (AI) in the Israeli InsurTech industry. To this end, the authors mapped this landscape using archival data and conducted 10 semi-structured interviews with experts in the field. External (e.g. changing customer preferences) and internal challenges (e.g. low IT capacity) have highlighted the need for DTBM, with AI technology playing an important role in driving this. This paper presents these challenges and the value creation opportunities AI brings to the industry. It also presents how Israeli InsurTech start-ups are shaping the industry, solving challenges and creating value. In doing so, the authors help fill in many gaps, such as how AI is being used to create value, how data-driven business models rely on Big Data analytics as a key activity to create value, and how DTBM innovations work in practice.

Paper: Holistic Digitalization: Strategy, Transformation, and Implementation

Prof. Dr. Schallmo, Christopher A. Williams



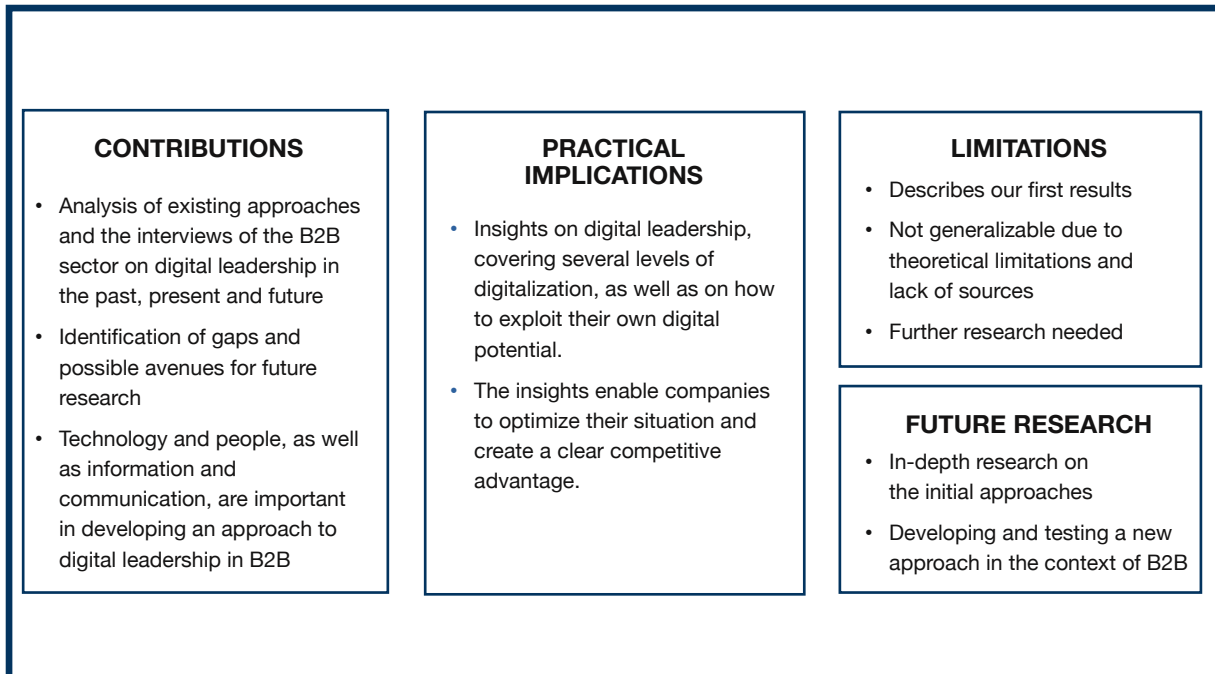
In der neuen globalen digitalen Wirtschaft ist eine ganzheitliche Betrachtung der Digitalisierung für alle Non-Profit- und For-Profit-Institutionen zentral geworden. Die jüngsten Entwicklungen bei den digitalen Initiativen haben die Notwendigkeit erhöht, die ganzheitliche Digitalisierung zu untersuchen. Dieses Papier zielt darauf ab, eine ganzheitliche Sicht auf die Digitalisierung zu entwickeln, die aus mehreren grundlegenden Ebenen für eine strategisch orientierte Digitalisierung besteht. Dazu gehören die digitale Strategie, die digitale Transformation von Geschäftsmodellen und die digitale Implementierung. Jede Ebene besteht aus einem Ansatz mit einem Vorgehensmodell und wesentlichen Inhalten. In Kombination mit der bisherigen Arbeit der Autoren wurde mit Hilfe von halbstrukturierten Interviews eine erste, Grounded Theory für eine ganzheitliche Sicht auf die Digitalisierung entwickelt. Das Paper bietet ein relevantes Konzept und skizziert eine geeignete Forschungsmethodik, um dieses Forschungsfeld voranzubringen. Damit wird eine bestehende Forschungslücke in Bezug auf die ganzheitliche Betrachtung der Digitalisierung geschlossen.

In the new global digital economy, a holistic view of digitalisation has become central for all non-profit and for-profit institutions. Recent developments in digital initiatives have increased the need to examine holistic digitisation. This paper aims to develop a holistic view of digitisation consisting of several fundamental layers for a strategically oriented digitisation. These include digital strategy, digital transformation of business models and digital implementation. Each level consists of an approach with a process model and essential content. In combination with the authors' previous work, a first grounded theory for a holistic view of digitalisation was developed with the help of semi-structured interviews. The paper offers a relevant concept and outlines a suitable research methodology to advance this field of research. This closes an existing research gap with regard to the holistic view of digitalisation.

READ MORE
HERE

Paper: Digital Leadership: Existing Approaches and Practical Insights from the B2B-Sector

Katharina Ehmig-Klassen, Prof. Dr. Schallmo

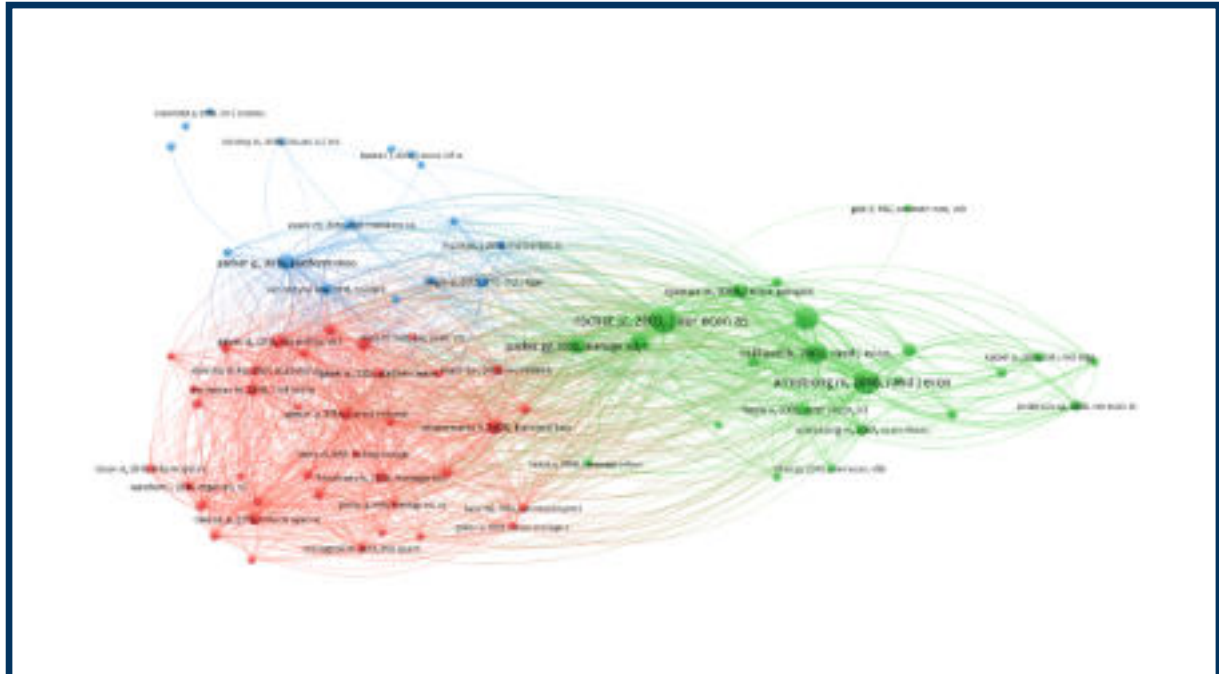


Die Digitalisierung hat einen neuen Führungsansatz hervorgebracht, der als "digitale Führung" bekannt ist. Dieser Führungsansatz hat im Zusammenhang mit den aktuellen Veränderungen in der Welt stark an Einfluss gewonnen. Auch der B2B-Sektor ist von diesen aktuellen Entwicklungen und den damit verbundenen Auswirkungen auf den digitalen Führungsstil betroffen. Auch sie müssen neue Wege finden. Ziel dieses Artikels ist es, anhand von halbstrukturierten Interviews den Wandel zum Digital Leadership im B2B-Bereich und die damit verbundenen Erfolgsfaktoren, aber auch Herausforderungen aufzuzeigen. Für die Analyse ungenutzter Potenziale werden in einer Literaturrecherche theoretische und praktische Konzepte identifiziert. In einem Abgleich zwischen Praxis und Theorie in Verbindung mit den Erkenntnissen aus den Interviews werden Erfolgsfaktoren, Lücken und Verbesserungspotenziale identifiziert, interpretiert und entsprechende Empfehlungen abgeleitet.

Digitalization has put forward a new leadership approach known as "digital leadership". This leadership approach has gained strong influence in the context of current changes in the world. The B2B sector is also affected by these current developments and the associated impact on the digital leadership style. They also have to find new ways. Through semi-structured interviews, this article aims to highlight the changes towards digital leadership in B2B and the related success factors as well as challenges they bring. For an analysis of unused potentials, theoretical and practical concepts are identified in a literature review. In a comparison between practice and theory in conjunction with findings from the interviews, success factors, gaps and potential for improvement will be identified, interpreted and appropriate recommendations derived.

Paper: Bibliometric Analysis of Digital Plattformen: Current State and Future Research

Daniel Hasler, Prof. Dr. Daniel Schallmo



Sieben der zehn wertvollsten Unternehmen der Welt arbeiten mit einem digitalen Plattform-Geschäftsmodell. Dementsprechend ist die Zahl der wissenschaftlichen Literatur in den letzten Jahren gestiegen. In diesem Beitrag wird ein Überblick über die aktuelle Forschung zu digitalen Plattformen gegeben. Die Autoren haben die wichtigsten Forschungsströme identifiziert und sie mit Hilfe einer Kozitationsnetzwerkanalyse geclustert. Die Arbeit zeigt die Hauptinteressensgebiete an digitalen Plattformen und Überschneidungen der Forschungsbereiche und -felder, die noch unterrepräsentiert sind. So hat sich die akademische Literatur hauptsächlich auf B2C-Plattformen (Business-to-Consumer) konzentriert, während die Forschung zu B2B-Plattformen (Business-to-Business) spärlich ist. Darüber hinaus müssen in der akademischen Literatur erst noch Leitlinien und Verfahren für die Einrichtung digitaler Plattformen im Allgemeinen und für einen besseren Wissenstransfer in die Praxis entwickelt werden. Dieses Papier leistet einen Beitrag zur Forschung über digitale Plattformen, indem es den aktuellen Stand der Plattformforschung darstellt und Bereiche für zukünftige Forschung aufzeigt.

Seven of the ten most valuable companies in the world operate with a digital platform business model. Accordingly, the amount of academic literature has increased in recent years. This paper provides an overview of the current research on digital platforms. The authors have identified the main research streams and clustered them using a co-citation network analysis. The paper shows the main areas of interest in digital platforms and overlaps of research areas and fields that are still underrepresented. For example, academic literature has mainly focused on business-to-consumer (B2C) platforms, while research on business-to-business (B2B) platforms is sparse. Moreover, the academic literature has yet to develop guidelines and procedures for setting up digital platforms in general and for better knowledge transfer into practice. This paper contributes to research on digital platforms by presenting the current state of platform research and identifying areas for future research.

INTERNATIONAL STARTUP LEAGUE

INTERNATIONAL STARTUP LEAGUE



Das geplante Projekt „International Startup League“ (ISUL), das sich in das neue DAAD-Programm (Deutscher Akademischer Auslandsdienst) „HAW.international“ einfügt, integriert das international ausgerichtete Studium mit der Etablierung einer Startup-/Gründungskultur über einzelne Ländergrenzen hinweg. Im Vordergrund stehen drei Projektziele: die Festigung internationaler Kooperationen, der Ausbau digitaler, internationaler und praxisorientierter Studienangebote sowie Förderung der Vernetzung zwischen Lehre, Verwaltung und Forschung. Die Hochschule Neu-Ulm wird von 2021 bis 2024 unterstützt. Einer der HNU-Initiatoren, Prof. Dr. Daniel Schallmo, sagt: "Mit dem Projekt International Startup League haben wir die Möglichkeit, gemeinsam mit zahlreichen Partnern aus Israel, Belgien, Österreich, Finnland und der Schweiz einen großen Schritt bezüglich International Entrepreneurship zu gehen".

The planned project "International Startup League" (ISUL), which fits into the new DAAD (German Academic Exchange Service) programme "HAW.international", integrates internationally oriented studies with the establishment of a start-up culture across individual country borders. The focus is on three project goals: consolidating international cooperation, expanding digital, international and practice-oriented study programmes, and promoting networking between teaching, administration and research. Neu-Ulm University will be supported from 2021 to 2024. One of the HNU initiators, Prof. Dr. Daniel Schallmo, says: "With the International Startup League project, we have the opportunity to take a big step with regard to international entrepreneurship together with numerous partners from Israel, Belgium, Austria, Finland and Switzerland".



▶ VISIT US ON OUR SITE ◀

TRANSPARENZ Die Form moralischer Ökonomie

TRANSPARENCY *The shape of moral economy*

Prof. Dr. Hans-Michael Ferdinand



Das vorliegende Buch ist das leidenschaftliche Plädoyer für die moralische Orientierung der Ökonomie, die heute immer notwendiger zu werden scheint. Es geht aus von der aristotelischen Forderung an ökonomisches Handeln, ein gutes Leben zu ermöglichen. Die dadurch erzeugte enge Verbindung von Ethik und Ökonomie ist seit der Aufklärung im Namen einer falsch verstandenen Freiheit nach und nach verloren gegangen bzw. aufgegeben worden – zugunsten eines mathematisch-mechanischen Funktionsverständnisses der Wirtschaft, in dem für moralisches Handeln kaum Platz bleibt. Auch die Politik scheint heute ihren Einfluss auf die Ökonomie zu reduzieren und übt sich in „marktkonformem“ Handeln. Die Kritik an dem dafür ursächlichen neoliberalen Programm führt zur Begründung einer moralischen Ökonomie, die den aristotelischen Gedanken der Lebensdienlichkeit mit der Wucht der neuzeitlichen Freiheitsidee verbindet, wie sie vor allem in der Tradition von Immanuel Kant vertreten wurde. Öffentlicher Vernunftgebrauch und Transparenz von Entscheidungen werden als die wesentlichen Formanforderungen einer solchen moralischen Ökonomie aufgewiesen.

This book is a passionate plea for the moral orientation of economics, which seems to be increasingly necessary today. It starts from the Aristotelian demand on economic action to enable a good life. The close connection between ethics and economics that this created has been gradually lost or abandoned since the Enlightenment in the name of a misunderstood freedom - in favour of a mathematical-mechanical functional understanding of the economy in which there is hardly any room for moral action. Today, politics also seems to be reducing its influence on the economy and is practising "market conform" action. The critique of the neoliberal programme that is responsible for this leads to the foundation of a moral economy that combines the Aristotelian idea of the usefulness of life with the force of the modern idea of freedom, as represented above all in the tradition of Immanuel Kant. Public use of reason and transparency of decisions are shown to be the essential formal requirements of such a moral economy.

DIGITALSTRATEGIEN ERFOLGREICH ENTWICKELN

Grundlagen, Ansätze und Vorgehensweise

DEVELOP DIGITAL STRATEGIES SUCCESSFULLY

Basics, approaches and procedure

Prof. Dr. Daniel Schallmo, Jochen Lohse



Die Digitalisierung hat in den letzten Jahren sowohl in der Praxis als auch in der Wissenschaft an Relevanz gewonnen. In diesem Zusammenhang ist auch das Thema der Digitalstrategie in den Vordergrund gerückt. Sie ist die ganzheitliche Ausrichtung von Digitalisierungsvorhaben in Unternehmen und Organisationen, um den digitalen Wandel zu antizipieren und mitzugestalten.

Neben wesentlichen Grundlagen zur Digitalstrategie betrachten die Autoren Fallstudien aus der Unternehmenspraxis und liefern zudem Erkenntnisse aus der Wissenschaft. Sie bieten eine Auswahl an bestehenden Ansätzen, erarbeiten einen eigenen integrativen Ansatz zur Entwicklung einer Digitalstrategie mit sechs Phasen und zeigen vier generische Optionen auf.

Die vorliegende Abhandlung bietet Praktikern aus den Bereichen Geschäftsleitung, Strategieplanung, Business-Development, Marketing und Vertrieb eine kompakte und praxiserprobte Hilfestellung für die erfolgreiche Entwicklung einer Digitalstrategie.

Wissenschaftlern, Lehrenden und Studierenden aus den Bereichen Innovationsmanagement, strategisches Management und Entrepreneurship bietet die Abhandlung einen Einblick in das Thema.

Digitalisation has gained relevance in recent years, both in practice and in science. In this context, the topic of digital strategy has also come to the fore. It is the holistic orientation of digitisation projects in companies and organisations in order to anticipate and help shape the digital transformation.

In addition to essential basics on digital strategy, the authors look at case studies from corporate practice and also provide insights from science. They offer a selection of existing approaches, develop their own integrative approach to developing a digital strategy with six phases and highlight four generic options.

This treatise offers practitioners from the areas of management, strategic planning, business development, marketing and sales a compact and field-tested aid for the successful development of a digital strategy.

For researchers, teachers and students from the fields of innovation management, strategic management and entrepreneurship, the treatise offers an insight into the topic.

CUSTOMER INSIGHTS MIT ARCHETYPEN

Wie Sie mit archetypischen Metaphern Zielgruppen besser definieren und verstehen können

CUSTOMER INSIGHTS WITH ARCHETYPES

How to better define and understand target groups with archetypal metaphors

Prof. Dr. Jens Uwe Pätzmann, Yvonne Adamczyk



Jedes Unternehmen möchte seine Kunden bestmöglich verstehen und jagt nach Customer Insights, um motivationale Barrieren und Verstärker der Zielgruppe im Hinblick auf Geschäftsmodelle, Produktinnovationen, Service Design, Personas, Creative Briefs, Claims und Storytelling besser verstehen zu können. Die Autoren zeigen, wie man archetypische Metaphern, z.B. den Fels in der Brandung, nutzt, um Customer Insights zu identifizieren, die das kollektive Unbewusste ansprechen, Emotionen erzeugen und dadurch Handlungen auslösen. Ergebnis ist ein Kompass, der den Weg zu treffgenauen inneren Bildern aufzeigt.

Every company wants to understand its customers as best as possible and hunts for customer insights to better understand motivational barriers and amplifiers of the target group with regard to business models, product innovations, service design, personas, creative briefs, claims and storytelling. The authors show how to use archetypal metaphors, e.g. the rock in the surf, to identify customer insights that appeal to the collective unconscious, generate emotions and thereby trigger action. The result is a compass that points the way to accurate inner images.

EMPLOYER BRANDING MIT ARCHETYPEN

Der archetypische Persönlichkeitstest zum Finden von markenkonformen Mitarbeitern

EMPLOYER BRANDING WITH ARCHETYPES

The archetypal personality test for finding brand-compliant employees

Prof. Dr. Jens Uwe Pätzmann, Robert Genrich

Persönlichkeitstests sind im Kontext der Personaldiagnostik und -entwicklung gut erforscht und in der Praxis eingesetzt, jedoch beschäftigen sich bisher wenige Autoren mit dem konkreten Einsatz von Persönlichkeitstests für ein zielgerichtetes Employer Branding.

In diesem essential finden Sie einen neu entwickelten archetypischen Persönlichkeitstest, mit dem potenzielle Mitarbeiter auf Markenkonformität und bestehende Mitarbeiter auf Markenbotschafereignung getestet werden können.

Personality tests are well researched and used in practice in the context of personnel diagnostics and development, but so far few authors have dealt with the concrete use of personality tests for targeted employer branding.

In this essential you will find a newly developed archetypal personality test that can be used to test potential employees for brand conformity and existing employees for brand ambassador potential.



DIGITALE TRANSFORMATION VON GESCHÄFTSMODELLEN: Grundlagen, Instrumente und Best Practices

DIGITAL TRANSFORMATION OF BUSINESS MODELS:

Basics, Instruments and best practices

Prof. Dr. Daniel Schallmo, Prof. Dr. Andreas Rusnjak, Prof. Dr. Anzengruber, Prof. Dr. Thomas Werani, Michael Jünger



Dieses Buch zeigt wie es Unternehmen gelingt Ihre Geschäftsmodelle auf die Digitale Zukunft vorzubereiten und wie dadurch Wettbewerbsvorteile geschaffen und Kundenanforderungen besser erfüllt werden können. Die Autoren aus Praxis und Wissenschaft zeigen, wie die Digitale Transformation von Unternehmen über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg gelingt. Die Beiträge behandeln Ansätze und Instrumente, Studienergebnisse und Best Practices unterschiedlicher Industrien im Kontext der Digitalen Transformation. Die Inhalte berücksichtigen divergierende Anforderungen von Unternehmen und Industrien und können nach Bedarf kombiniert und erweitert werden, um sie an die spezifischen Rahmenbedingungen eines Unternehmens anzupassen.

This book shows how companies can prepare their business models for the digital future and how competitive advantages can be created and customer requirements better met. The authors from practice and science show how the digital transformation of companies succeeds across the entire value chain. The contributions deal with approaches and instruments, study results and best practices of different industries in the context of digital transformation. The contents take into account divergent requirements of companies and industries and can be combined and expanded as needed to adapt them to the specific framework conditions of a company.

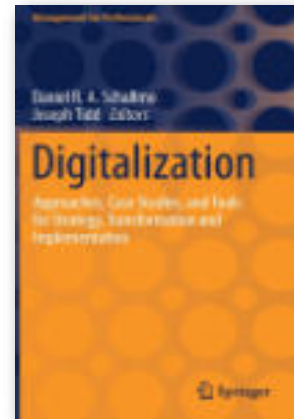
DIGITALISIERUNG

Ansätze, Fallstudien und Tools für Strategie, Transformation und Umsetzung

DIGITALIZATION

Approaches, Case Studies, and Tools for Strategy, Transformation and Implementation

Daniel R.A. Schallmo, Joseph Tidd



What do vehicle manufacturers like Rosenbauer, logistics companies like DB Schenker, a compressor manufacturer such as Bauer, an elevator manufacturer such as ThyssenKrupp, and a hygiene goods manufacturer like Hagleitner all have in common? They all use the potential of digitization to offer smarter and faster services to customers and to actively shape the digital transformation of their business models. This book provides valuable insights with concise and established guidelines for the successful digital transformation of business models. Professionals in management, strategic planning, business development, as well as researchers and students from the fields of innovation/technology management, strategic management, and entrepreneurship would particularly benefit from this book.

What do vehicle manufacturers like Rosenbauer, logistics companies like DB Schenker, a compressor manufacturer such as Bauer, an elevator manufacturer such as ThyssenKrupp, and a hygiene goods manufacturer like Hagleitner all have in common? They all use the potential of digitization to offer smarter and faster services to customers and to actively shape the digital transformation of their business models. This book provides valuable insights with concise and established guidelines for the successful digital transformation of business models. Professionals in management, strategic planning, business development, as well as researchers and students from the fields of innovation/technology management, strategic management, and entrepreneurship would particularly benefit from this book.

ALLE PUBLIKATIONEN *ALL PUBLICATIONS*

2021-2020
2021-2020

2021

Hasler, Daniel and Schallmo, Daniel. (2021) Bibliometric Analysis of Digital Platforms: Current State and Future Research. ISPIM Valencia 2021.

Ehmig-Klassen, Katharina and Schallmo, Daniel. (2021) Digital Leadership: Existing Approaches and Practical Insights from the B2B-Sector. ISPIM Valencia 2021.

Schallmo, Daniel and Williams, Christopher. (2021) Holistic Digitalization: Strategy, Transformation, and Implementation. ISPIM Valencia 2021.

Berman, Tal and Schallmo, Daniel and Williams, Christopher. (2021) Business Model Transformation through Artificial Intelligence in the Israeli InsurTech. ISPIM Valencia 2021.

Schallmo, Daniel R.A. and Tidd, Joseph, eds. (2021) Approaches, Case Studies, and Tools for Strategy, Transformation and Implementation. Management for Professionals, Special Issue . Wiesbaden: Springer International Publishing. ISBN 978-3-030-69379-4

Schallmo, Daniel R.A. and Rusnjak, Andreas and Anzengruber, Johanna and Werani, Thomas and Lang, Klaus, eds. (2021) Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, aktuelle Ansätze und Best Practices. 2. Aufl., Wiesbaden: Springer. ISBN 978-3-658-31980-9

Schallmo, Daniel and Tidd, Joseph, eds. (2021) Digitalization : approaches, case studies, and tools for strategy, transformation and implementation. Cham: Springer. ISBN 9783030693794

Lang, Klaus and Hasler, Daniel & Hackl, Tobias and Ehmig-Klassen, Katharina. (2021). A systems theory-based conceptual framework for holistic digital transformation. ISPIM Berlin 2021.

Williams, Christopher and Schallmo, Daniel. (2021). Interdisciplinary Approach to Innovation Management Research: A Conceptual Methodological Framework. ISPIM Berlin 2021.

Schallmo, Daniel and Williams, Christopher. (2021). Integrated Approach for Digital Maturity: Levels, Procedure, and In-Depth Analysis. ISPIM Berlin 2021.

Berman, Tal and Schallmo, Daniel. (2021). Digital Transformation of Business Models in the Israeli AgTech Landscape. ISPIM Berlin 2021.

2020

Schallmo, Daniel R.A. (2020) Erfolgreiches Business Model Development für Gründungen : Idee, Konzept, Geschäftsmodell, Pitch und Roadmap mit Tools. Reihe essentials . Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-658-32140-6

Pätzmann, Jens U. and Genrich, Robert (2020) Employer Branding mit Archetypen : Der archetypische Persönlichkeitstest zum Finden von markenkonformen Mitarbeitern. Reihe essentials . Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 9783658312893

Pätzmann, Jens U. and Adamczyk, Yvonne (2020) Customer Insights mit Archetypen : Wie Sie mit archetypischen Metaphern Zielgruppen besser definieren und verstehen können. Reihe essentials . Wiesbaden: Springer Gabler. ISBN 9783658307479

Schallmo, Daniel R.A. and Lang, Klaus (2020) Design Thinking erfolgreich anwenden : So entwickeln Sie in 7 Phasen kundenorientierte Produkte und Dienstleistungen. 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-658-28325-4

Schallmo, Daniel R. and Rusnjak, Andreas and Anzengruber, Johanna and Werani, Thomas and Lang, Klaus, eds. (2020) Digitale Transformation von Geschäftsmodellen : Grundlagen, Instrumente und Best Practices. Schwerpunkt Business Model Innovation . 2. Aufl., Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-658-31980-9

Schallmo, Daniel & Williams, Christopher and Ehmig-Klassen, Katharina and Lang, Klaus. (2020). Applying Design Thinking During the COVID-19 Pandemic in Higher Education. ISPIM Connects Global 2020.

Hasler, Daniel and Schallmo, Daniel and Hackl, Tobias and Lang, Klaus. (2020). Understanding Digital Platforms in B2B: Literature Review and Case Studies. ISPIM Connects Global 2020.

Schallmo, Daniel & Williams, Christopher. (2020). An Integrated Approach to Digital Implementation: TOSC-Model and DPSEC-Circle. ISPIM Virtual 2020.

Williams, Christopher and Schallmo, Daniel and Lang, Klaus and Boardman, Luke. (2019). Digital Maturity Models for Small and Medium-sized Enterprises: A Systematic Literature Review. ISPIM Virtual 2020.

Schallmo, Daniel R.A. and Lohse, Jochen (2020) Digitalstrategien erfolgreich entwickeln : Grundlagen, Ansätze und Vorgehensweise. Wiesbaden: Gabler. ISBN 978-3-658-31242-8

Ferdinand, Hans-Michael (2020) Transparenz - die Form moralischer Ökonomie : Einführung in die Wirtschaftsethik. Berlin: Springer Gabler. ISBN 9783662600665



LEHRE *TEACHING*



2020-2021 **2020-2021**

Im Rahmen von interaktiven Lehrveranstaltungen vermitteln wir unseren Studierenden relevante Inhalte im Kontext von Entrepreneurship.

Within the framework of interactive courses, we teach our students relevant content in the context of entrepreneurship.

APPLIED DESIGN THINKING 2020-2021

APPLIED DESIGN THINKING 2020-2021



Der Kurs Applied Design Thinking von Prof. Dr. Schallmo findet jedes Semester statt und vermittelt den Studierenden die von ihm selbst entwickelte Design Thinking Methode. Diese soll helfen, Ideen unkompliziert umzusetzen und möglichst schnell einen Prototyp zu entwickeln. Im Wintersemester 2020 arbeiteten 37 Studierende aus verschiedenen Studiengängen der HNU an sieben thematischen Schwerpunkten: Um die Attraktivität von Produkten durch entsprechende Anpassung des UX-Designs zu steigern und digitale Potenziale im B2B- und B2C-Bereich zu nutzen, erhielten die Studierenden Aufgaben zur Optimierung der Kundenkommunikation. Auch die strategische Nutzung von Kundeninformationen zur Verbesserung von Produkten und Dienstleistungen erforderte neue Lösungen, insbesondere im Hinblick auf die Kundenzentrierung. Die Kommentare der Studenten waren wieder sehr positiv: „Der Design-Thinking-Ansatz hat mir neue Werkzeuge für die Projektarbeit aufgezeigt, hierdurch kann ich in zukünftige Projekte mit neuen Herangehensweisen arbeiten.“

Prof. Dr Schallmo's Applied Design Thinking course takes place every semester and teaches students the design thinking method he developed himself. This should help to implement ideas in an uncomplicated way and to develop a prototype as quickly as possible. In the winter term 2020, 37 students from different courses of the HNU worked on seven thematic focuses: In order to increase product attractiveness by adapting the UX design accordingly and to exploit digital potential in the B2B and B2C sectors, the students were given tasks related to the optimisation of customer communication. The strategic use of customer information to improve products and services also required new solutions, particularly with regard to customer centricity. The students' comments were again very positive: "The Design Thinking approach has shown me new tools for project work, through this I can work with new approaches in future projects."

GRÜNDUNGSMENTORING FÜR FRAUEN

STARTUP-MENTORING FOR WOMAN



Eine Naturheilpraxis, ein Friseursalon und eine App, mit der Unternehmen den Teamzusammenhalt steigern können: Mit diesen Ideen haben die drei „Role Models“ beim Gründerinnencafé sich erfolgreich selbständig gemacht. Im Rahmen des InnoSÜD-Teilprojekts „Gründungsmentoring für Frauen“ berichteten sie von ihrem Weg als Unternehmerin. Mit intensiven Coaching-Workshops will Prof. Julia Künkele Frauen mit Migrationshintergrund für die eigene Gründung fit machen.

A naturopathic practice, a hairdressing salon and an app that companies can use to increase team cohesion: With these ideas, the three "role models" at the Founders' Café have successfully set up their own businesses. As part of the InnoSÜD sub-project "Start-up mentoring for women", they reported on their path as entrepreneurs. With intensive coaching workshops, Prof. Julia Künkele wants to make women with a migration background fit for their own start-up. "

JUMPSTART - ONLINE BILDUNGSPLATTFORM

JUMPSTART - ONLINE EDUCATION PLATFORM



Ärztinnen und Ärzte sowie Zahnärztinnen und Zahnärzte haben die Expertise auf ihrem medizinischen Fachgebiet, benötigen aber für einen erfolgreichen Start in die Selbstständigkeit bzw. für ihr erfolgreiches Praxismanagement aktuelles Know-how in Betriebswirtschaft, inklusive den Bereichen Recht, Steuern, Marketing, Abrechnung und Personalführung, da diese kein Bestandteil ihres Medizinstudiums sind. JUMPSTART richtet sich primär an Medizinerinnen und Mediziner, die sich vor, während oder kurz nach der Existenzgründung befinden.

Doctors and dentists have the expertise in their medical field, but for a successful start into self-employment or for their successful practice management, they need up-to-date know-how in business administration, including the areas of law, taxes, marketing, accounting and personnel management, as these are not part of their medical studies. JUMPSTART is primarily aimed at medical professionals who are before, during or shortly after setting up their own business.

STARTUP WAHLPFLICHTFACH

STARTUP ELECTIVE SUBJECT



Im Wahlpflichtfach „Start Up“ von Prof. Julia Künkele lernen Studierende der Hochschule Neu-Ulm in einem Unternehmensplanspiel, worauf es ankommt, wenn man sein eigenes Unternehmen gründet. An insgesamt vier Tagen haben die 20 Teilnehmenden Businesspläne erarbeitet, Logos und Slogans entworfen, vor Investoren gepitcht und um Marktanteile gekämpft.

Die 20 Studierenden haben eine Mission: Die Eroberung des hart umkämpften Surfbrett-Marktes. Von der Ausarbeitung der ersten Idee über die Ausgestaltung des Businessplans bis zur Entscheidungsfindung im Geschäftsalltag eines neu gegründeten Unternehmens durchlaufen die Studierenden alle wichtigen Stationen auf dem Weg eines Entrepreneurs.

In Prof. Julia Künkele's elective course "Start Up", students at Neu-Ulm University of Applied Sciences learn in a business simulation what is important when you start your own company. Over a total of four days, the 20 participants developed business plans, designed logos and slogans, pitched to investors and fought for market share.

The 20 students have a mission: to conquer the highly competitive surfboard market. From the development of the first idea to the design of the business plan to decision-making in the day-to-day business of a newly founded company, the students go through all the important stages on the path of an entrepreneur.

MASTER OF SCIENCE: DIGITAL TRANSFORMATION AND GLOBAL ENTREPRENEURSHIP



Der Master of Digital Transformation und Global Entrepreneurship wurde gemeinsam mit dem Institut für Digitale Transformation konzipiert und umgesetzt. Im Oktober 2021 begannen die ersten Studierenden aus Ländern wie: Deutschland, Bangladesch, Italien, Nigeria, Kolumbien und China. Der Masterstudiengang ist ein englischsprachiger, international und online-basierter (ca. 25%) Studiengang, welcher die zukünftigen globalen Entrepreneure, Intrapreneure und den Wissenschaftsnachwuchs mit Kompetenzen in den Bereichen Global Entrepreneurship, Digitale Transformation und Research ausstattet.

Global Entrepreneurship:

Bei dieser Säule geht es um die richtige Denkweise, Geschäftsmodellinnovation und Design Thinking.

Digitale Transformation:

Diese Säule befasst sich mit Fragen der digitalen Transformation, künstlicher Intelligenz, Big Data und VR/AR.

Research:

Diese Säule befasst sich mit quantitativen und qualitativen Methoden und literature reviews.

The Master of Digital Transformation and Global Entrepreneurship was designed and implemented together with the Institute for Digital Transformation. In October 2021, the first students started the programme from countries such as: Germany, Bangladesh, Italy, Nigeria, Colombia and China. The Master's programme is an English-language, international and online-based (approx. 25%) programme that equips future global entrepreneurs, intrapreneurs and young academics with skills in the areas of global entrepreneurship, digital transformation and research.

Global Entrepreneurship:

This pillar is about the right mindset, business model innovation and design thinking.

Digital Transformation:

This pillar deals with digital transformation issues, artificial intelligence, Big Data and VR/AR.

Research:

This pillar deals with quantitative and qualitative methods and literature reviews.

ALLE LEHRVERANSTALTUNGEN

ALL COURSES

Die Mitglieder des Instituts für Entrepreneurship halten folgende Lehrveranstaltungen in Bachelor- und Masterstudiengängen ab.

The members of the Institute for Entrepreneurship hold the following courses in Bachelor's and Master's degree programmes.

Lehrveranstaltungen in Bachelor Studiengängen:

Automobile Produktentstehungsprozesse
Lehrveranstaltung

Business Analytics (Kurssprache Deutsch)
Lehrveranstaltung

Digitale Transformation von Geschäftsmodellen (Kurssprache Deutsch)
Lehrveranstaltung

Financial Decision-Making
Lehrveranstaltung

Finanzrisikomanagement im Unternehmen
Lehrveranstaltung

Führungsinstrumente in Business und IT (Kurssprache Deutsch)
Lehrveranstaltung

Game-Konzeption
Lehrveranstaltung

Gamification & Serious Games
Lehrveranstaltung

Grundlagen der Game-Industrie
Lehrveranstaltung

Grundlagen der Automobiltechnik
Lehrveranstaltung

Information Visualization (Kurssprache Englisch)
Lehrveranstaltung

Konzeptions-Seminar: Strategie und Umsetzung von Markenkonzepthen
Lehrveranstaltung

Kreative Ideenfindung und Innovationsmanagement
Lehrveranstaltung

Marketing-Seminar: Spezielle Aspekte der Markenführung
Seminar

Methode der Geschäftsmodell-Innovation (Kurssprache Deutsch)
Lehrveranstaltung

Product Lifecycle Management & PLM-Systems
Lehrveranstaltung

Production & Quality Management
Lehrveranstaltung

Seminar zur Wirtschaftsinformatik (Kurssprache Deutsch)
Seminar

Strategische Markenführung und Markeninstrumentarium
Lehrveranstaltung

Unternehmensfinanzierung
Lehrveranstaltung

Lehrveranstaltungen in Master Studiengängen:

Branding Case Studies
Lehrveranstaltung

Branding Seminar
Lehrveranstaltung

International Strategic Management (Kurssprache English)
Lehrveranstaltung

Strategic Brand Management and Branding Techniques
Lehrveranstaltung

Wahlplichtfächer:

Applied Design Thinking - Nutzerorientierte Gestaltung von Lösungen (Kurssprache Deutsch)
Wahlplichtfach

Conceptual Seminar
Seminar

eSport-Management
Wahlplichtfach

Interkulturelles Management
Lehrveranstaltung

Start Up Wahlplichtfach
Wahlplichtfach

Virtual Startup Boot Camp
(Kursprache English)
Wahlplichtfach

Product Lifecycle Management & PLM-
Systems
Course

Production & Quality Management
Course

Seminar on Business Informatics (Course
language German)
Seminar

Strategic Brand Management and Brand
Instruments
Course

Corporate Finance
Course

Courses in Bachelor's degree programmes:

Automotive Product Development Processes
Course

Business Analytics (Course language German)
Course

Digital Transformation of Business Models
(Course language German)
Course

Financial Decision-Making
Course

Financial Risk Management in Business
Course

Management Instruments in Business and IT
(Course language German)
Course

Game Conception
Course

Gamification & Serious Games
Course

Basics of the Game Industry
Course

Fundamentals of Automotive Engineering
Course

Information Visualization (Course language
English)
Course

Concept Seminar: Strategy and
Implementation of Brand Concepts
Course

Creative Idea Generation and Innovation
Management
Course

Marketing Seminar: Special Aspects of Brand
Management
Seminar

Method of Business Model Innovation (Course
language German)
Course

Courses in Master's degree programmes:

Branding Case Studies
Course

Branding Seminar
Course

International Strategic Management (Course
language English)
Course

Strategic Brand Management and Branding
Techniques
Course

Compulsory electives:

Applied Design Thinking - User-Oriented
Design of Solutions (course language German)
Elective subject

Conceptual Seminar
Seminar

eSports Management
Elective subject

Intercultural Management
Course

Start Up Elective
Elective subject

Virtual Startup Boot Camp (Course language
English)
Elective subject



▶ VISIT US ON OUR SITE ◀

TRANSFER *TRANSFER*



2020-2021

2020-2021

Wir sind ein praxisorientiertes Forschungsinstitut. Deshalb ist uns der Transfer von Forschungsergebnissen in Unternehmen und zu Institutionen besonders wichtig.

Die Kooperationsmöglichkeiten beinhalten zum Beispiel:

- Center of Excellence für einen praxisorientierten Erfahrungsaustausch
- Auftragsforschung und Studien für fundierte Erkenntnisse
- Workshops und Trainings für eine zielgerichtete Qualifikation
- Keynotes und Vorträge zur Sensibilisierung

We are a practice-oriented research institute. Therefore, the transfer of research results to companies and institutions is particularly important to us.

Opportunities for cooperation include, for example:

- *Centre of Excellence for a practice-oriented exchange of experience*
- *Contract research and studies for well-founded findings*
- *Workshops and trainings for targeted qualification*
- *Keynotes and lectures to raise awareness*

INTERKULTURELLER DIGITALER HACKATHON

CROSS-CULTURAL DIGITAL HACKATHON



Unter der Leitung von Prof. Dr. Eli Gimmon (Tel-Hai College), Mira Herskovits (Tel-Hai College) und Prof. Dr. Jens Pätzmann stellen sich die deutschen und israelischen Studierenden beider Hochschulen in diesem Format den Herausforderungen, mit denen das Mazor Hospital in Israel aktuell konfrontiert ist. In gemischten Teams bearbeiten sie relevante Fragestellungen, finden kreative Lösungen und bereiten diese in Pitches auf. Das Team mit der besten implementierungsfähigsten Idee gewinnt die S.E.H. International Challenge.

Under the supervision Prof. Dr. Eli Gimmon (Tel-Hai College), Mira Herskovits (Tel-Hai College) and Prof. Dr. Jens Pätzmann the German and Israeli students from both universities face the challenges currently facing the Mazor Hospital in Israel in this format. In mixed teams, they work on relevant issues, find creative solutions and prepare them in pitches. The team with the best idea that can be implemented wins the S.E.H. International Challenge.

KONZEPTIONS-SEMINAR ISRAEL/JUNG VON MATT

CONCEPTUAL SEMINAR ISRAEL/JUNG VON MATT



In diesem von Dr. Vered Bachar und Prof. Dr. Jens Pätzmann geleiteten Seminar haben die Studierenden die Chance interkulturell und praxisnah eine Präsentation über Marketing und Branding zu erstellen. Gebrieft und unterstützt werden die Teilnehmer durch Franziska Duerl, Head of Strategy und Leroy Adams, Senior Strategist, der Werbeagentur Jung von Matt, Dr. Vered Bachar aus Israel und Prof. Dr. Jens Pätzmann von der HNU. In gemischten Gruppen aus israelischen und deutschen Studenten soll innerhalb von drei Wochen eine Präsentation vorbereitet werden, die im Anschluss von der Werbeagentur, Dr. Vered Bachar und Prof. Dr. Jens bewertet wird.

In this seminar led by Dr. Vered Bachar and Prof. Dr. Jens Pätzmann, students have the chance to create a presentation on marketing and branding in an intercultural and practical way. The participants are briefed and supported by Franziska Duerl, Head of Strategy and Leroy Adams, Senior Strategist of the advertising agency Jung von Matt, Dr. Vered Bachar from Israel and Prof. Dr. Jens Pätzmann from HNU. Together in mixed groups of Israeli and German students, they will prepare a presentation within three weeks, which will then be evaluated by the advertising agency, Dr. Vered Bachar and Prof. Dr. Jens Pätzmann.

BAYINTAN-FÖRDERLINIE ZUR VORBEREITUNG VON FORSCHUNGSVORHABEN

BAYINTAN FUNDING LINE FOR THE PREPARATION OF RESEARCH PROJECTS



Prof. Dr. Jens Pätzmann hat zusammen mit Dr. Vered Holzmann und Vanessa Miller einen Workshop entwickelt, in dem durch gemeinsame Lehre, transformative Initiativen und Forschung ein internationales und akademisches Netzwerk für Unternehmertum mit sozialer Wirkung aufgebaut wird. Vertreter von Universitäten und Forschungseinrichtungen (wie die Bayerisch-israelische Forschungsallianz) aus Griechenland, Italien, Äthiopien, Polen, Israel und Deutschland nahmen im November 2020 an diesem digitalen Workshop teil.

Prof. Dr. Jens Pätzmann together with Dr. Vered Holzmann and Vanessa Miller developed a workshop in which the main focus is to establish an international and academic network for entrepreneurship with social impact through joint teaching, transformative initiatives and research. Representatives from universities and research institutions (such as the Bavarian-Israeli Research Alliance) from Greece, Italy, Ethiopia, Poland, Israel and Germany took part in this digital workshop in November 2020.

ISRAEL BESUCHSREISE

ISRAEL ATTENDANCE TRIP



Im Rahmen einer Reise vom 21. bis 26. November 2021 haben die beiden Leiter des Instituts für Entrepreneurship an der HNU, Prof. Dr. Daniel Schallmo und Prof. Dr. Jens Pätzmann, vier israelische Hochschulen besucht. Zu den geplanten Aktivitäten gehören z.B. gemeinsame Paper für Konferenzen, Exkursionen und Austausch von Studierenden sowie die Zusammenarbeit im Rahmen des kürzlich gewonnenen Drittmittelprojekts „International Startup League“.

Zu den vier besuchten Hochschulen gehören: The Academic College of Tel-Aviv, Yaffo; Tel-Hai College in Qiryat Shemona, im Norden Israels, das The Max Stern Yezreel Valley College in Tel Adashim, in der Nähe von Nazareth und das Shenkar College of Engineering and Design in Ramat Gan, nahe Tel-Aviv.

As part of a trip from 21 to 26 November 2021, the two heads of the Institute for Entrepreneurship at HNU, Prof. Dr. Daniel Schallmo and Prof. Dr. Jens Pätzmann, have visited four Israeli universities. The planned activities include, for example, joint papers for conferences, excursions and student exchanges as well as cooperation within the framework of the recently won third-party funded project "International Startup League".

The four colleges visited include: The Academic College of Tel-Aviv, Yaffo; Tel-Hai College in Qiryat Shemona, in northern Israel; The Max Stern Yezreel Valley College in Tel Adashim, near Nazareth; and Shenkar College of Engineering and Design in Ramat Gan, near Tel-Aviv.

**AKTIVITÄTEN VON MITGLIEDERN UND
PARTNERN**

***ACTIVITIES OF MEMBERS AND
PARTNERS***



THE TRIANGLE

THE TRIANGLE



Das interaktive Startup-Event informiert Studierende der Region Ulm mit wechselnden Schwerpunkten zu den Themen Entrepreneurship, Gründung und Start-up-Kultur. Im Rahmen der Initiative StartupSÜD entwickelt, möchte das Startup-Event einen Dialog zwischen Startups, ehemaligen Startups und dem Mittelstand schaffen. Im Rahmen der Founders Week fand der Vol.3 des Triangle am 07.10.2021 statt. Unter der Moderation von Prof. Dr. Daniel Schallmo durften lokale Startups aus dem Outdoor Bereich ihre Ideen pitchen und im Anschluss in gemeinsamer Runde über Nachhaltigkeit im Sport Bereich diskutieren.

The interactive Startup Event informs students of the Ulm region with changing focuses on the topics of entrepreneurship, founding and start-up culture. Developed as part of the StartupSÜD initiative, the Startup Event aims to create a dialogue between start-ups, former start-ups and medium-sized businesses. As part of Founders Week, the Vol.3 of the Triangle took place on 07.10.2021. Under the moderation of Prof. Dr. Daniel Schallmo, local start-ups from the outdoor sector were allowed to pitch their ideas and then discuss sustainability in the sports sector together.

FOUNDERS WEEK 2021

FOUNDERS WEEK 2021



Organisiert von dem Verbundprojekt Startup Süd fanden in der Woche ab dem 4. Oktober 2021 im neu eingerichtete Founders Space, der sich gegenüber der Hochschule Neu-Ulm befindet, zahlreiche, abwechslungsreiche Angebote rund um das Thema Gründen statt. Zudem waren die Gründungsteams der HNU präsent und stellten sich und ihre Vorhaben vor. Flankiert wurden die Veranstaltungen von einem musikalischen und kulinarischen Rahmenprogramm. Teil der Founders Week waren unter anderem der Founders Pitch, die Veranstaltung The Triangle und der Founders Talk.

Organised by the Startup Süd joint project, numerous varied offers on the topic of founding took place in the newly established Founders Space, which is located opposite Neu-Ulm University, during the week from 4 October 2021. In addition, the founding teams of the HNU were present and presented themselves and their projects. The events were accompanied by a musical and culinary programme. The Founders Week included the Founders Pitch, the event The Triangle and the Founders Talk.

INTERNATIONAL FOUNDERS TALK

INTERNATIONAL FOUNDERS TALK



Der International Founders Talk ist ein Online Format und Podcast von Startup Süd in dem sich erfolgreiche Gründerinnen und Gründer und andere Player der Start-up Szene in einer entspannten Atmosphäre austauschen. Jedes Semester aus einem neuen Land in mindestens zwei Veranstaltungen. Zugeschaltet werden Speaker, welche über verschiedene Gründungsthemen wie beispielsweise das Gründungsökosystem oder die Start-up-Kultur sprechen. Im Dezember geht der International Founders Talk in die vierte Runde.

The International Founders Talk is an online format and podcast by Startup Süd in which successful founders and other players in the start-up scene exchange ideas in a relaxed atmosphere. Every semester from a new country in at least two events. Speakers are added who talk about various start-up topics such as the start-up ecosystem or start-up culture. In December, the International Founders Talk will enter its fourth round.

GRÜNDER*INNEN BBQ

FOUNDERS BBQ



Die Verbundhochschulen von StartUpSÜD und InnoSÜD - die Uni Ulm, die Technische Hochschule Ulm, die Hochschule Neu-Ulm und die Hochschule Biberach - richten gemeinsam mit den IHKs Schwaben und Ulm regelmäßig Veranstaltungen für Startups und Gründungsinteressierte aus. Seit Frühjahr 2020 gibt es das Gründer*innen BBQ. Das Format bietet rund um wechselnde Themen, mit einem Impulsvortrag, drei Start-up-Pitches und Netzwerken, Einblicke in die Szene.

The StartUpSÜD and InnoSÜD universities - the University of Ulm, the Ulm University of Technology, the Neu-Ulm University of Applied Sciences and the Biberach University of Applied Sciences - together with the Swabian and Ulm Chambers of Commerce and Industry regularly organise events for start-ups and those interested in founding a company. The BBQ for start-ups has been running since spring 2020. The format offers insights into the scene around changing topics, with a keynote speech, three start-up pitches and networking.



▶ VISIT US ON OUR SITE ◀

OUR VALUES:

TRANSPARENCY, TRUST, RESPECT, TOLERANCE, DIVERSITY,
EQUAL OPPORTUNITIES, CREATIVITY FOCUS,
PRACTICAL-ORIENTATION, QUALITY, PASSION, JOY.



25 Jahre
HNI

IMPRESSUM

IMPRINT

Herausgeber/Publisher

Prof. Dr. Uta M. Feser, President
Neu-Ulm University of Applied Sciences

Redaktion/Editing

Prof. Dr. Daniel Schallmo
Leitung/Director
Institute for Entrepreneurship

Prof. Dr. Jens Pätzmann
Leitung/Director
Institute for Entrepreneurship

Gestaltung & Layout/Design & Layout

Juri Flakowski
Wissenschaftliche Hilfskraft
Institute for Entrepreneurship

Antonia Hanesch
Wissenschaftliche Mitarbeiterin
Institute for Entrepreneurship

Hochschule für angewandte Wissenschaften Neu-Ulm,
Neu-Ulm University of Applied Sciences
Wileystraße 1, 89231 Neu-Ulm

Druck/Print

Druckerei Grau
Erlenbachstr. 55
89155 Erbach

Bildquellen/Sources

p.1 HNU; p.7 Pixabay; p.8-9 HNU, ISPIM, HNU; p.10-13 HNU; p.14 Pixabay; p.16 ISPIM, Pixabay; p.17-18 Authors' own presentation; p.19 ISPIM, Pixabay; p.20-21 Authors' own presentation; p.22 ISPIM, Pixabay; p.23-26 Authors' own presentation; p.27 ISPIM, HNU; p.28-31 Authors' own presentation; p.32-33 Pixabay; p.34-39 Springer; p.41 Pixabay; p.42 HNU; p.44-48 HNU; p.51-52 Pixabay; p.54 Tel-Hai College; p.55 HNU; p.56 Pixabay; p.57 HNU; p.58 Pixabay; p.59-61 StartupSüd, HNU; p.62 IHK Schwaben; p.63 Pixabay; p.64 HNU; p.66 HNU.

KONTAKTIEREN SIE UNS GERNE. FEEL FREE TO CONTACT US.

Prof. Dr. Daniel Schallmo
daniel.schallmo@hnu.de
0731/9762-1531
Hochschule Neu-Ulm
Edisonallee 1, EINS, 2 EDISON 1

Prof. Dr. Jens Pätzmann
jens.paetzmann@hnu.de
Telefon: 0731/9762-1423
Hochschule Neu-Ulm
Edisonallee 1, EINS, 3 EDISON 1



BESUCHEN SIE UNS
GERNE.
VISIT US.



