Wahlpflichtfachkatalog* BWB6/7 im WiSe 2025-2026

Stand: 11. August 2025

Alle Lehrveranstaltungen im Wahlpflichtfachkatalog BWB haben einheitlich einen Umfang von 2 SWS mit einer Workload äquivalent 3 ECTS.
Im gleichfalls belegbaren Zusatzangebot Fremdsprachen gibt es auch Kurse mit 4 SWS und 6 ECTS.
Alle Termine sind im LSF eingepflegt.

Die Anmeldung zu den Wahlpflichtfächern aus BWB (Nr. 1 - 10) erfolgt NUR über den MOODLE-Kurs - Link wird rechtzeitig per eMail verschickt.

**Lehrangebote aus dem Studiengang BWB -
Die WPs starten in der 1. Vorlesungswoche !**

Lfd.Nr.	Lehrveranstaltungen	Prüfung benotet / unbenotet	Dozent/in	Beschreibung	Leistungsnachweis und sonstige Informationen
1.	EnergyNext - ein interaktives Planspiel aus der Energiewirtschaft <i>TN-Zahl: max. 12</i>	Benotet (2 SWS / 3 ECTS)	Prof. Dr. Frank Best & Prof. Dr.-Ing. Pedro da Silva frank.best@htwg-konstanz.de	Termin Planspiel: 08.01. + 09.01.2026, F 110, jeweils 09:00 - 17:00 (weitere Termine Online) Das Planspiel beginnt in einem liberalisierten Energiemarkt, welcher durch eine starke Dominanz von großen Energieunternehmen und klassischen Erzeugungsportfolios geprägt ist. Mit der Einführung der Energiebörse „EnergyExchange“ entwickelt sich ein dynamischer Handel, der die Logik der Preisbildung im Markt verändert und für mehr Transparenz sorgt. Durch energiepolitische Anreize schreitet der Ausbau von regenerativen Energien voran. Eine zusätzliche Herausforderung stellt die Umsetzung des Atomausstiegs dar. Politisch bewegt sich diese Phase im Spannungsfeld zwischen Zielvorgaben für Klima, Energiewende und Versorgungssicherheit. Die Teams bestehen aus Studierenden aus verschiedenen Studiengängen mit verschiedenen Schwerpunkten - Betriebswirtschaftslehre, Elektrotechnik und Erneuerbare Energien. Das Planspiel wird von Mitarbeiter*innen der Stadtwerke Konstanz, Stadtwerke Radolfzell und der Volksbank Konstanz begleitet. Lernziele: Die Studierenden entwickeln ein tiefgehendes Verständnis der Verknüpfung zwischen Energieerzeugung und Energienachfrage. Die Notwendigkeit und Funktionsweise der Finanzierung von Investitionen über den Bankensektor wird deutlich. Die Studierenden lernen, in interaktiven Teams unterschiedliche Zielsetzungen zusammenzuführen. Die Strategieerstellung und -anpassung in einem dynamischen Umfeld werden erlernt.	Leistungsnachweis: SP - (Videozusammenfassungen und erfolgreiche Teilnahme am Planspiel)
2.	Projektcontrolling <i>TN-Zahl: max. 12</i>	Unbenotet (2 SWS / 3 ECTS)	Prof. Dr. Olaf Hoffmann olaf.hoffmann@htwg-konstanz.de	1. Termin: 06.10., 15:45 - 17:15, P 102 (alles Weitere im LSF) Projektarbeit gewinnt zunehmend Bedeutung. Als Folge nimmt auch die Anzahl komplexer Großprojekte signifikant zu. Der CFO-Bereich steht vor der Herausforderung, diese Projekte in verschiedenen Phasen zu bewerten, diese Informationen adressatengerecht aufzuarbeiten und so zu einer rationalen Entscheidungsfindung beizutragen. In diesem Kurs sollen zahlreiche Fragestellungen der Konzept- und Implementierungsphase von Großprojekten aus CFO-Perspektive erläutert werden. Die Studentinnen und Studenten ... werden Herausforderungen der finanziellen Bewertung globaler Projekte in der Konzept- und Implementierungsphase kennenlernen ... sind in der Lage, die Auswirkungen von Großprojekten im Rechnungswesen abzubilden und zu interpretieren ... werden in die Lage versetzt, die in der Vorlesung erläuterten theoretischen Konzepte der finanziellen Führung von Projekten zu diskutieren und Herausforderungen der praktischen Umsetzung kennenzulernen 1. Konzeptionsphase von Großprojekten Welche Ansätze existieren, um globale Projekte finanziell zu bewerten? Wie können die knappen Projektressourcen eines Unternehmens auf eine Vielzahl konkurrierender (Teil-) Projekte aufgeteilt werden? Welche Besonderheiten globaler Projekte sind bei der Organisation des Projektcontrollings zu berücksichtigen? 2. Implementierungsphase von Großprojekten Wie kann die Projektperformance transparent abgebildet werden? Wie gestaltet sich das Projektcontrolling in einem agilen Projektumfeld? Welche Möglichkeiten bestehen, um Projektrisiken zu beurteilen und abzubilden? Wo sollten die Verantwortlichkeiten für das Performance Management in globalen Projekten liegen? 3. Abbildung von Grossprojekten in der Rechnungslegung Welche Informationsbedürfnisse haben Aktionäre bzgl. Großprojekten? Welche Projektausgaben dürfen als Vermögenswerte aktiviert werden? Wie kann der Erfolg von langfristigen Projekten periodengerecht ermittelt werden? Zahlreiche Fallstudien erläutern die praktischen Herausforderungen der finanziellen Führung von Großprojekten	Leistungsnachweis: K 60
3.	Value Creation Management <i>TN-Zahl: max. 12</i>	Benotet und unbenotet (2 SWS / 3 ECTS)	Julian Leuthe Julian.Leuthe@htwg-konstanz.de	1. Termin: 22.10., 15:45 - 17:15, P 102 (alles Weitere im LSF) Grundlagen Value Creation Management vermitteln, Zusammenhang Wertschöpfung, Digitalisierung und Unternehmenserfolg verstehen, Auswirkungen der Digitalisierung auf die Wertschöpfung in Unternehmen, Praxisnahe Fallstudien zur Wertschöpfungsstruktur von Unternehmen bearbeiten, Durchführung einer Wertschöpfungs- und Strategieanalyse in der Fallstudie, Ableitung der relevantesten Megatrends für ein gewähltes Unternehmen und Entwicklung einer Vision, Mission und mittel-bis kurzfristiger Ziele, Impulsvorträge von Experten aus der Praxis hören (Beleuchtung des Themas aus verschiedenen Perspektiven: Start-Up, Mittelstand, Konzern) In der Vorlesung befassen wir uns mit realen Unternehmen aus einer Branche, wie beispielsweise der Automobilindustrie (z.B. BMW, Daimler, Bosch), Software- (z.B. SAP), Pharma- (z.B. Bayer) oder Konsumgüterunternehmen (z.B. Henkel), analysieren und interpretieren Daten und betrachten in einer Strategieanalyse die zukünftige Unternehmensentwicklung mit Fokus auf Wertschöpfung und Digitalisierung. In einem Competitor Benchmark werden die Unternehmen den direkten Konkurrenten gegenübergestellt und Hypothesen zur Wettbewerbsfähigkeit abgeleitet. Dies alles wird in einem Workshop als Fallstudie von den Studierenden bearbeitet. Die Lehrveranstaltung ist für alle Studierenden geeignet die Interesse an den Themen Value Creation Management, Finance, Strategy und Business Development haben und ihr Wissen in diesen Bereichen anhand der praxisnahen Fallstudien vertiefen möchten. Die Veranstaltung befasst sich grundlegend mit Forschungsfragen in den Gebieten der Geschäftsentwicklung, Geschäftsmodellentwicklung, Auswirkungen der Digitalisierung, Wertschöpfungstiefe und Unternehmenserfolg. Im Vordergrund steht ein forschungsorientierter Lehr- und Lernansatz mit dem Ziel, angewandte Forschung und praxis-nahe Lehre zu kombinieren.	Leistungsnachweis: Präsentation
	Reputationsmanagement und Krisenkommunikation	Benotet (2 SWS / 3 ECTS)	Prof. Dr. Christa Pfeffer	1. Termin: 06.10., 08:00 - 11:15, P 103 (alles Weitere im LSF) - 1. Semesterhälfte	Leistungsnachweis: 5-seitige schriftliche Ausarbeitung sowie 30-minütige Präsentation

4.	TN-Zahl max. 12	Präsenzpflicht	christa.pfeffer@htwg-konstanz.de	<p>Diesel – VW – deutsche Automobilindustrie – scheinbar wurde aus einer Diesellaffäre eine existenzbedrohende Krise für Deutschlands Schlüsselindustrie. Wie konnte das geschehen? Gab es kommunikative Fehler? Was hätte man besser machen können?</p> <p>Unternehmenskommunikation zielt darauf ab, die Reputation des Unternehmens zu fördern. Es geht um den guten Ruf, um Vertrauen. Je stärker Unternehmen und Institutionen in der Öffentlichkeit stehen, desto häufiger sind sie der Gefahr von Kommunikationskrisen ausgesetzt.</p> <p>Bereits kleine und mittlere Krisen können dabei beträchtlichen Schaden anrichten, den guten Ruf eines Unternehmens massiv gefährden. Durch gute Kommunikation in der Krise kann aber auch Vertrauen gestärkt werden.</p> <p>Krisenmanagement und -prävention gehören deshalb immer häufiger zu den Aufgaben von Führungskräften und Unternehmenskommunikation.</p> <p>In dieser Lehrveranstaltung wird vermittelt, was Reputationsmanagement bedeutet, wie Reputationsschäden durch Krisenpräventionskommunikation verhindert werden können und wie Kommunikation in bereits eingetretenen Krisen hilft, das Ausmaß der Reputationsschäden einzugrenzen. Anhand von Praxisbeispielen werden effektive Krisenpräventions- und Interventionskonzepte abgeleitet, „Best Practice“-Beispiele vorgestellt.</p>	
5.	Case Studies im strategischen Marketing TN-Zahl max. 12	Benotet (2 SWS / 3 ECTS) Präsenzpflicht	Prof. Dr. Christa Pfeffer christa.pfeffer@htwg-konstanz.de	<p>1. Termin: 01.12., 08:00 - 09:30, P 103 (alles Weitere im LSF) - 2. Semesterhälfte</p> <p>Schon Peter Drucker sagte vor Jahrzehnten treffend: „...Unternehmen haben nur zwei Funktionen - Marketing und Innovation. Alles andere sind Kosten“. Marketing ist der Motor, der Organisationen die erforderliche Power liefert, um erfolgreich zu sein.</p> <p>In dieser Lehrveranstaltung wird anhand von Fallstudien erarbeitet, welchen Fragestellungen man im Marketing begegnet, worauf es bei der Entscheidungsfindung ankommt und wie man durch erfolgreiches Marketing Unternehmen und Organisationen voranbringt.</p>	Leistungsnachweis: 5-seitige schriftliche Ausarbeitung sowie 30-minütige Präsentation
6.	Smart Services TN-Zahl max. 12	Benotet (2 SWS / 3 ECTS)	Prof. Dr.-Ing. Stefan Schweiger stefan.schweiger@htwg-konstanz.de	<p>1. Termin: 07.10., 15:45 - 17:15, P 102 (alles Weitere im LSF)</p> <p>Smart Services sind derzeit eines der im Rahmen der Digitalisierung am meisten diskutierten Themen in Unternehmen aller Größenordnungen. Insbesondere bieten sie eine vielversprechende Möglichkeit, bestehende Geschäftsmodelle mit Hilfe digitaler Technologien zu optimieren und somit vollständig oder in Teilbereichen (z.B. hinsichtlich der Dimensionen Kunde – Nutzenversprechen – Wertschöpfung – Ertragsmechanik) neue Geschäftsmodelle zu realisieren. Unternehmen sehen sich hierbei zunehmend mit den Auswirkungen des Fachkräftemangels, den geänderten Anforderungen von Kunden und (potenziellen) Mitarbeitern sowie einer zunehmenden Dynamik im Bereich digitaler Lösungen konfrontiert.</p> <p>Im Wahlpflichtfach „Smart Services“ geht es vor diesem Hintergrund um die Themenfelder</p> <ul style="list-style-type: none"> + Digitale Service-Geschäftsmodelle, + Digitale Service-Geschäftsprozesse sowie + Digital Change Management, <p>zu denen die Teilnehmer*innen alleine oder in Kleingruppen (Pitch-)Präsentationen erstellen und halten. Im Wintersemester 2025/26 liegt ein besonderer Schwerpunkt im Bereich der technologie- bzw. wissensintensiven B2B-Services. Self Services (Customer, Employee, Supplier), KI-Agenten, digitale Wissensmanagement-Lösungen sowie Chatbots sind einige Beispiele im vielfältigen Lösungsraum. Individuelle Präsentationsthemen außerhalb des genannten Schwerpunktes sind in Absprache mit dem Dozenten ebenfalls grundsätzlich möglich.</p> <p>Weitere Informationen zu Organisation, Terminen sowie Leistungsnachweisen werden in der Startveranstaltung kommuniziert.</p>	Leistungsnachweis: Präsentation + Pitch
7.	Entrepreneurship-Projekte	Benotet (2 SWS / 3 ECTS)	Prof. Dr. Christina Ungerer christina.ungerer@htwg-konstanz.de	<p>1. Termin: 01.10., 15:45 - 17:15, P 004 (alles Weitere im LSF)</p> <p>Im Rahmen des Kurses werden konkrete unternehmerische Projekte mit mehreren möglichen Ausrichtungen umgesetzt.</p> <p>Teilnehmer:innen können zu Beginn des Kurses zwischen verschiedenen Projektarten wählen: (1) Weiterentwicklung einer eigenen, bestehenden Gründungsidee, (2) Unterstützung eines regionalen Startups zu einem bestimmten Thema, oder (3) Organisation eines Formats zur Gründungsförderung in Zusammenarbeit mit Kilometer 1 (https://kilometer1.de/).</p> <p>Die Projektangebote und -partner werden bei der Einführungsveranstaltung am 01.10.2025 vorgestellt. Für eine bestmögliche Projektwahl wird dringend zur Anwesenheit in der zweiten Veranstaltung des Kurses geraten, die in der zweiten Vorlesungswoche des Semesters stattfindet (08.10.). Zeitnah im Anschluss daran werden die Themen fest vergeben, wonach direkt mit der Bearbeitung begonnen werden kann. Es ist hierdurch in vielen Projekten möglich, einen wesentlichen Teil des Arbeitsaufwands in die erste Hälfte des Semesters zu legen. Gruppenarbeit ist möglich, max. 2-3 Personen pro Projekt (3 nur bei eigenen Gründungsideen). In den wöchentlichen Kontaktstunden gibt es im Semesterverlauf fachlichen und methodischen Input, Coaching, Projektpräsentationen, Diskussion & Reflektion.</p> <p>Prüfungsleistungen: Es wird nach wenigen Wochen einen zu erfüllenden Meilenstein geben, im letzten Drittel des Semesters eine Teilprüfungsleistung „Projektpräsentation“ und am Ende des Kurses die zweite Teilprüfungsleistung „Projektbericht“.</p> <p>Teilnehmer:innen bekommen Einblicke in reale Problemstellungen aus Startups oder in die Gründungsförderung der HTWG. Sie erlernen Kompetenzen im Bereich unternehmerischem Handeln, sie erarbeiten eigenständig und zielgerichtet Lösungen, stärken Ihre Fähigkeiten hinsichtlich Organisation und Kommunikation mit Projektpartner:innen und erlangen je nach gewähltem Projekt Fachwissen im Bereich Entrepreneurship und angrenzenden Fachgebieten. Darüber hinaus bietet der Kurs in vielen Fällen Anschlussmöglichkeiten für Abschlussarbeitsthemen, z.B. durch die Bearbeitung einer weiterführenden Fragestellung bei einem der kooperierenden Startups.</p> <p>Last but not least macht die Arbeit im Startup-Kontext einfach super viel Spaß!</p>	Leistungsnachweis: Projektbericht & Präsentation
	Lean Management	Benotet (2 SWS / 3 ECTS)	Dr. Manuel Wehrle	1. Termin: 10.10., 09:00 - 12:00, P 210 (alles Weitere im LSF)	Leistungsnachweis: Präsentation

8.	<p>TN-Zahl: max. 12</p>		<p>manuel.wehrle@wiha.com</p>	<p>Spätestens seit der Corona-Krise wird deutlich, dass die Industrie mehr und mehr einer Realität gegenübersteht, welche uns alle in Zukunft extrem fordern wird. Die VUCA Welt (Volatile, Uncertain, Complex, Ambiguous) ist das Schlüsselwort für die „neue Normalität“. Im Bewusstsein dieser neuen Normalität ist es umso wichtiger für Unternehmen, Mitarbeiter zu beschäftigen, die in der Lage sind unternehmensweite Prozesse zu gestalten, zu optimieren sowie auftretende Probleme strukturiert und zielgerichtet zu lösen. In dem Wahlpflichtmodul „Lean Management“ erlernen Sie die dafür notwendigen Grundkenntnisse und verstehen am Ende des Moduls warum und wie bestimmte Methoden und Instrumente in der Praxis eingesetzt werden.</p> <p>Das Wahlpflichtfach ist in drei Modulen aufgebaut. Im ersten Modul werden zunächst die grundlegenden Lean Basics in einem klassischen Vorlesungsformat vermittelt. Das zweite Modul zielt darauf ab, die erlernten Lean Basics anhand eines 1-tägigen Planspiels praktisch umzusetzen und damit ein tieferes Verständnis für das Lean Management bei den Teilnehmern zu generieren. Im dritten und letzten Modul übernehmen die Teilnehmer die Rolle eines „Lean Management Beraters“ und bekommen die Möglichkeit, im Rahmen eines eintägigen „real case“ (Wiha Werkzeuge GmbH, Produktionswerk in Mönchweiler) das bis dato erlernte anhand eines klassischen „Lean Management Beratungsauftrags“ unter Beweis zu stellen.</p>	
9.	<p>Economic Integration: The Case of Europe TN-Zahl: max. 12</p>	<p>Benotet (2 SWS / 3 ECTS)</p>	<p>Prof. Dr. Erdal Yalcin erdal.yalcin@htwg-konstanz.de</p>	<p>1. Termin: 21.10., 08:00 - 09:30, P 004 (alles Weitere im LSF)</p> <p>Students conduct a research project based on a topic related to the EU's Economic Integration. Results of the project are presented in a seminar meeting!</p> <p>The objective of this course is to introduce students into the aims and consequences of a common European economic policy and EU market. The course covers key economic policy areas of the European Union and offers an analysis of different approaches to regional economic integration. Students will apply the theory of economic integration to business settings, with a series of selectable cases illustrating how e.g. firms or different industries are responding to the establishment of the European Economic and Monetary Union, Brexit and the accession of new member states.</p> <p>Students will prepare case studies on specific topics and are given guidance on how to evaluate different stakeholder's reactions on the EU integration process. Special attention will be given to the present challenges of the EU such as protectionism, the financial crisis, the future of the Euro, and EU tax competition.</p> <p>After this course students will have a deeper understanding of how the EU integration or disintegration is affecting firms, industries and the people of Europe.</p> <p>Relevant Literature: The Economics of European Integration 7th Edition By Richard Baldwin, Charles Wyplosz © 2023 Published: August 25, 2022</p>	<p>Leistungsnachweis: Presentation of a research projekt</p>