

## Global denken, nachhaltig handeln



## Impressum Präsenz No. 1 | 2026

Das Magazin erscheint zweimal jährlich

### Herausgeberin

BFH Wirtschaft  
Brückenstrasse 73  
3005 Bern  
kommunikation.wirtschaft@bfh.ch  
bfh.ch/wirtschaft

### Auflage

4500 Exemplare

### Redaktion

Karin Graniello

### Lektorat

Andrea Sterchi, Sprachbüro, Andwil

### Bilder

Coverillustration: Stephan Schmitz,  
S. 3 Christine Strub, S. 4, 10, 17, 22, 27 KI-generiert,  
S. 8, 9 martinameier.ch, S. 11 zVg, S. 13 stocksy.com/  
Irina Polonina, Piktogramme: Chragi Frei, chky.ch,  
S. 15 ff vecteezy.com/Ruslan Maiborodin, S. 24 istock-  
photo.com/archives, istockphoto.com/Rosario Scalia,  
S. 25 Anita Stebler

### Druck

Vögeli AG, 3550 Langnau



Höchster Standard für Ökoeffektivität.  
Cradle to Cradle Certified® - Druckprodukte  
hergestellt durch die Vögeli AG.  
Bindung ausgenommen.

### Copyright

Texte und Bilder sind urheberrechtlich  
geschützt. Nachdruck, auch auszugsweise,  
nur mit Genehmigung der Redaktion.

### Abonnement

bfh.ch/wirtschaft  
ISSN 2673-8082

### Datenschutzbestimmung

Sie erhalten das Kundenmagazin Präsenz  
bis zu Ihrem Widerruf, da die BFH Ihre  
Daten zwecks Kundenbeziehungspflege in  
einem CRM-System (Kundenbeziehungs-  
pflegesystem) führt.

INSTITUTIONELL AKKREDITIERT NACH

**HFKG 2024–2031**

**swissuniversities**

**EFQM Member**  
Shares what works.



Möchten Sie unser Kundenmagazin Präsenz  
regelmässig erhalten? Hier abonnieren.

# Liebe Leser\*innen



Neu gestaltet und konsequent weiterentwickelt. Heute halten Sie die erste Ausgabe unseres Magazins im neuen Look in den Händen.

Doch nicht nur unser Magazin wandelt sich. In einer Welt im Umbruch, geprägt von humanitären Krisen, geopolitischen Spannungen und den Folgen des Klimawandels, wird eines immer deutlicher: Die grossen Herausforderungen unserer Zeit lassen sich nicht im Alleingang lösen. Zusammenarbeit und Solidarität sind entscheidend. Diese Ausgabe widmen wir deshalb dem Thema Internationalisierung und Partnerschaften.

Wir erleben eine Zeit, in der internationale Beziehungen, wirtschaftliche Dynamiken und gesellschaftliche Entwicklungen neu ausgehandelt werden. Internationalisierung ist deshalb kein Trend, sondern eine Notwendigkeit.

Mittels strategischer Partnerschaften, globalen Forschungsprojekten und interkulturellem Austausch entstehen neue Ideen, neue Lösungen und neue Chancen. Sie stärken Innovation, eröffnen Märkte und leisten einen wichtigen Beitrag zur Bewältigung globaler Herausforderungen. Entdecken Sie die Vielfalt unserer internationalen Forschung ab Seite 14.

Was mich persönlich besonders begeistert: Die Arbeiten von Nils Tischer und Aline Schlachter zeigen eindrücklich, wie internationale Wirkung bereits im Studium entsteht. In ihren Bachelor- bzw. Masterarbeiten untersuchten sie die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsregulatorien auf Produzent\*innen von Kakao- und Kaffeebohnen mit Blick auf Chancen und Risiken. Die ganze Reportage lesen Sie ab Seite 11.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen.

Ingrid Kissling-Näf  
Direktorin BFH Wirtschaft

- 02 Impressum
- 03 Editorial
- 26 Campus Clips

- 05 Fokus  
**Internationalisierung an der BFH Wirtschaft**
- 08 Interview  
**International und nachhaltig: Wie die BFH Wirtschaft den Balanceakt meistert**
- 11 Reportage  
**Nachhaltigkeit: Die Rechnung geht nicht immer für alle auf**
- 14 Forschung  
**Internationale Forschung mit Wirkung**
- 20 Lehre  
**Wie unsere Student\*innen weltweit von über siebzig Partnerhochschulen profitieren**
- 21 Weiterbildung  
**Wie globale Wirtschaftsfragen zum Erfolgsfaktor für Unternehmen werden**
- 23 Student Voice  
**Offen sein und sich aktiv integrieren**
- 24 Kooperationen  
**Partnerhochschulen**
- 25 Kolumne  
**Mut, Klarheit und der Blick über den eigenen Horizont hinaus**

**«Internationalisierung ist für die BFH Wirtschaft mehr als Strategie – sie ist unsere Haltung: Mit starken Partnerschaften öffnen wir Räume für neue Perspektiven, leben Transformative Leadership und gestalten mit Student\*innen und Mitarbeiter\*innen gemeinsam die Zukunft – lokal verankert und weltweit vernetzt.»**

Ingrid Kissling-Näf  
Direktorin BFH Wirtschaft



# NACHHALTIG, STRATEGISCH, ZUKUNFTS- ORIENTIERT

Machtverschiebungen, Krisen und der Klimawandel verändern die internationale Ordnung zunehmend. Umso wichtiger ist ein vertieftes Verständnis geopolitischer Entwicklungen und ihrer Auswirkungen auf Unternehmen. Die BFH Wirtschaft treibt die Internationalisierung gezielt voran – mit dem Ausbau strategischer Partnerschaften und mehr Internationalisation@Home-Aktivitäten für die Student\*innen.

Prof. Dr. Omar Ramon Serrano, Leiter International Office

**Bildstrecke** Internationalisierung lebt von den Menschen, die sie gestalten. In dieser Bildstrecke teilen Mitarbeiter\*innen und Student\*innen ihre persönlichen Gedanken, Erfahrungen und Perspektiven zum Fokusthema.

# Ein vertieftes Verständnis geopolitischer Entwicklungen und ihrer Auswirkungen auf Unternehmen ist heute unverzichtbar.

Internationalisierung an der BFH Wirtschaft ist nachhaltig, strategisch und zukunftsorientiert. Sie stärkt die Mobilität und internationale Vernetzung der Student\*innen und Mitarbeiter\*innen, wobei sich virtuelle und physische Austauschformate in einer ausgewogenen Balance halten. Dabei fokussieren wir uns auf unsere Kernmärkte Europa, Nordamerika und Emerging Economies.

Unser Verständnis von Internationalisierung orientiert sich an den Dimensionen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Unternehmertum. Durch den gezielten Ausbau strategischer Partnerschaften mit führenden Universitäten im Ausland stärken wir die internationale Vernetzung der BFH Wirtschaft und ihr Renommee nachhaltig. Internationale Zusammenarbeit ist dabei kein Selbstzweck, sondern ein wirkungsorientiertes Instrument zur Weiterentwicklung von Lehre, Forschung und Weiterbildung.

## Warum globale Erfahrungen im Studium den Unterschied machen

Die Vorbereitung auf internationale Geschäftstätigkeit erfordert Flexibilität, Perspektivenvielfalt und ein fundiertes Verständnis unterschiedlicher Wirtschafts- und Gesellschaftsräume. Im Zentrum stehen dabei die Europäische Union, Kanada sowie Schwellenländer wie Indien, Brasilien und China. Gleichzeitig gewinnen zukünftige Wachstumsregionen insbesondere in Afrika zunehmend an Bedeutung.

Ein vertieftes Verständnis geopolitischer Entwicklungen und ihrer Auswirkungen auf Unternehmen ist heute unverzichtbar. Durch die Ausbildung internationaler Student\*innen – im Sinne von Internationalisation@Home – erreichen wir zwei zentrale strategische Ziele: Einerseits ermöglichen wir allen Student\*innen den direkten Austausch mit anderen Kulturen und Geschäftspraktiken. Andererseits fördern wir eine nachhaltige Internationalisierung, die nicht ausschliesslich auf physische Mobilität angewiesen ist.

Die BFH Wirtschaft fördert den systematischen Austausch zwischen lokalen und internationalen Student\*innen und baut ihre Internationalisation@Home-Aktivitäten gezielt aus, etwa durch virtuelle Lehr- und Projektformate mit Partnerhochschulen im Ausland. Diese stärken nicht nur die internationale Zusammenarbeit, sondern leisten sowohl einen ökologischen Beitrag durch die Vermeidung von CO<sub>2</sub>-Emissionen als auch einen sozialen Beitrag, indem internationaler Austausch auch Student\*innen mit physischen Einschränkungen, begrenzten finanziellen Ressourcen oder Betreuungspflichten ermöglicht wird.

In diesem Zusammenhang ist es wichtig, dass Dozent\*innen für die Chancen und Herausforderungen kulturell und sprachlich vielfältiger Lerngruppen sensibilisiert und gezielt in der Zusammenarbeit in internationalen Teams weitergebildet werden. Ebenso ist es wichtig, dass Themen wie geopolitische Risiken und Non-Market-Environments (Gesellschaft, Staat, Medien) feste Bestandteile der Curricula sind und internationale Inputreferate bestehende Lehrveranstaltungen sinnvoll ergänzen.

### **Internationalisierung als Antwort auf wirtschaftliche Herausforderungen**

Globale wirtschaftliche, politische und technologische Machtverschiebungen – insbesondere zwischen den USA, China und Europa – erhöhen die geopolitische Volatilität und stellen die Rolle der Schweiz in der internationalen Ordnung zunehmend infrage. Multilaterale Regeln und verlässliche Partnerschaften verlieren an Stabilität, Lieferketten werden fragiler, während zentrale Märkte wie die USA und China für Schweizer Unternehmen wirtschaftlich unverzichtbar bleiben.

Gleichzeitig führen weltweite Krisen und der Klimawandel zu anhaltenden Migrationsbewegungen. Zugewanderte stellen ein wichtiges Arbeitskräftepotenzial dar und Unternehmen stehen vor der Herausforderung einer erfolgreichen Arbeitsintegration. Diese Entwicklungen erhöhen die strategische Komplexität für Schweizer Unternehmen erheblich und verlangen nach entsprechend qualifizierten Fach- und Führungskräften. Forschung zur erfolgreichen Integration von Migrant\*innen auf dem Arbeitsmarkt und eine Stärkung interkultureller Kompetenzen der Student\*innen ist damit eine konkrete Antwort auf reale Herausforderungen wie den Fachkräftemangel.

### **Zwischen Anspruch und Wirkung: die Position der BFH Wirtschaft**

Es ist wichtig, dass die BFH Wirtschaft Internationalisierung als verbindendes und strategisches Element über alle Leistungsbereiche hinweg verankert. In der Forschung fördert die internationale Zusammenarbeit unserer Forscher\*innen die Entwicklung von Lösungen für komplexe globale Fragestellungen und festigt unsere Positionierung als forschungsstärkste Fachhochschule in der Schweiz mit klarem Nachhaltigkeitsfokus. Die Kooperation mit renommierten Hochschulen aus der ganzen Welt ist integraler Bestandteil unserer Aktivitäten.

Für Student\*innen bedeutet dies den Erwerb zukunftskritischer Kompetenzen in interkultureller Kommunikation und internationaler Kooperation, die sie befähigen, sich agil in einer zunehmend volatilen und global geprägten Arbeitswelt zu bewegen. Für Praxispartner\*innen entsteht ein Kompetenzzentrum für Fragen der Internationalisierung, des Umgangs mit geopolitischen Risiken, mit Non-Market-Environments sowie der Arbeitsintegration von Migrant\*innen.

Die Gesellschaft profitiert von der Einordnungs- und Handlungskompetenz der BFH Wirtschaft im Bereich Internationalisierung, etwa durch Informationsveranstaltungen für die breite Öffentlichkeit, Medienbeiträge oder evidenzbasierte Policy-Empfehlungen. Internationale Forschungsprojekte schaffen damit Wirkung weit über die Hochschule hinaus und tragen zur nachhaltigen Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft bei. \_\_\_\_\_



INTERVIEW

## International und nachhaltig: Wie die BFH Wirtschaft den Balanceakt meistert

**Internationalisierung gilt an Hochschulen als Qualitätsmerkmal. Gleichzeitig wächst der Anspruch, ökologisch und sozial nachhaltig zu handeln. Wie geht die BFH Wirtschaft mit diesem Zielkonflikt um? Ein Gespräch mit Claudine Gaibrois, Co-Leiterin des Instituts Marketing & Global Management, und Tobias Stucki, Co-Leiter des Instituts Sustainable Business.**

Astrid Tomczak-Plewka, freie Journalistin

**Nachhaltigkeit ist ein oft verwendetes Schlagwort. Wie würden Sie den Begriff aus Ihrer Fachoptik definieren?**

**TOBIAS STUCKI** Für mich ist Nachhaltigkeit nur sinnvoll, wenn wir sie ganzheitlich denken: ökologisch, ökonomisch und sozial. Wir versuchen, nicht nur eine Dimension zu betrachten. Ein Beispiel ist die Kreislaufwirtschaft. Sie reduziert den Ressourcenverbrauch und schont die Umwelt, sie kann aber auch Kosten senken. Gleichzeitig hat sie soziale Auswirkungen entlang globaler Lieferketten – positive wie negative. Genau deshalb braucht es diese umfassende Sicht.

**CLAUDINE GAIBROIS** Ich teile diese Definition, setze in meiner Arbeit aber andere Schwerpunkte. Mein Fokus liegt stärker auf der sozialen Nachhaltigkeit: auf Fragen von Teilhabe, Inklusion und Chancengleichheit im Kontext von Sprachenvielfalt und Migration. Was bedeutet es, wenn Menschen eine andere Muttersprache haben als die Mehrheit – etwa für ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt? Nachhaltigkeit ist für mich eng mit den Sustainable Development Goals der UNO verbunden. Eine Stärke unseres Departements ist, dass die unterschiedlichen Perspektiven auf Nachhaltigkeit zusammenkommen.

**Wo liegt der Kern des Zielkonflikts zwischen Nachhaltigkeit und Internationalisierung?**

**CG** Wenn man Internationalisierung ausschliesslich mit der Notwendigkeit zu physischer Mobilität und somit in vielen Fällen zu Flugreisen verbindet, ist der Konflikt offensichtlich. Die entscheidende Frage ist aber, ob Internationalisierung zwingend so stattfinden muss. An der BFH Wirtschaft wird sehr bewusst unterschieden, wo Mobilität wirklich nötig ist.

**TS** Der Zielkonflikt zeigt sich oft erst im Alltag. Ich erinnere mich an eine Diskussion im Unterricht zur Kreislaufwirtschaft. Ein Student aus Kuba meinte: «Das, was ihr hier als neues Konzept beschreibt, machen wir schon lange, weil wir uns Verschwendung gar nicht leisten können.» Das war ein wichtiger Moment. Er zeigt, dass Nachhaltigkeit nicht einfach eine Wohlstandsfrage ist, sondern auch aus Notwendigkeit entstehen kann.

**Was lernen die Student\*innen konkret aus diesen Spannungsfeldern zwischen Nachhaltigkeit und Internationalisierung?**

**TS** Wir versuchen, die Student\*innen gezielt mit realen Zielkonflikten zu konfrontieren – etwa in Projekten zur Kreislaufwirtschaft oder zu nachhaltigen Geschäftsmodellen. Dabei geht es nicht darum, die eine richtige Lösung zu finden, sondern sichtbar zu machen, welche ökologischen, ökonomischen und sozialen Auswirkungen unterschiedliche Entscheide haben. Die Student\*innen lernen so, Entscheide bewusst zu treffen und zu begründen – auch dann, wenn keine Option eindeutig optimal ist.

Diese Fähigkeit ist zentral für späteres Handeln, zum Beispiel in international tätigen Unternehmen.

CG Ergänzend dazu geht es stark um Haltung. Die Student\*innen sollen lernen, Ambivalenzen auszuhalten und unterschiedliche Perspektiven ernst zu nehmen. Gerade internationale Zusammenarbeit – auch ohne physische Mobilität – schafft solche Lernmomente. Wenn die Student\*innen mit anderen Kontexten, Erfahrungen und Sichtweisen konfrontiert werden, hinterfragen sie den eigenen Standpunkt und erweitern ihn. Das ist eine wichtige Grundlage, um mit komplexen globalen Spannungsfeldern umgehen zu können.

### **Welche Rolle spielt denn die Internationalisierung überhaupt in der Lehre?**

CG Mit der sogenannten Internationalisation@Home ermöglichen wir internationalen Austausch ohne physische Mobilität. Die Student\*innen arbeiten mit Student\*innen unserer Partnerhochschulen im Ausland über mehrere Wochen bis hin zu ganzen Semestern in internationalen Teams online an Projekten zusammen. Das ist ökologisch sinnvoll und sozial inklusiv, weil auch Student\*innen teilnehmen können, die aus finanziellen oder persönlichen Gründen nicht reisen können.

TS Gerade diese Durchmischung wird von den Student\*innen als grosse Stärke wahrgenommen. Unterschiedliche Hintergründe führen zu anderen Fragen – und oft zu besseren Lösungen.

### **Wie setzen Sie Nachhaltigkeit bei Reisen um?**

CG Auch in der Forschung versuchen wir, Flugreisen möglichst zu minimieren. Wir tun, was nötig ist, aber nicht alles, was möglich wäre. Gleichzeitig bleibt der persönliche Austausch zentral, unter anderem auch darum, weil Forschungsideen und -kooperationen häufig in ungeplanten Begegnungen entstehen.

TS Reisen ist ein Privileg, das bewusst eingesetzt werden sollte. Umso wichtiger ist es, Alternativen zu prüfen. Muss es wirklich diese Konferenz in Übersee sein – oder gibt es Formate, die näher sind und ähnlich viel Wirkung entfalten?

### **Wie blicken Sie im Hinblick auf das Spannungsfeld zwischen Internationalisierung und Nachhaltigkeit in die Zukunft?**

TS Global werden die Spannungen zunehmen – durch Klimawandel und Ressourcenknappheit. Nachhaltigkeitsfragen werden dadurch noch drängender.

CG Gerade deshalb sehe ich für Hochschulen auch Chancen. Bewusste Internationalisierung und die Förderung interkultureller Kompetenzen können helfen, globale Probleme gemeinsam anzugehen. Das stimmt mich trotz allem zuversichtlich. \_\_\_\_\_



---

#### **Die Gesprächspartner\*innen**

**CLAUDINE GAIBROIS** ist Co-Leiterin des Instituts Marketing & Global Management an der BFH Wirtschaft. Sie forscht und lehrt zu globalem und interkulturellem Management mit den Schwerpunkten Sprachenvielfalt, Migration, Inklusion und soziale Nachhaltigkeit.

**TOBIAS STUCKI** ist Co-Leiter des Instituts Sustainable Business an der BFH Wirtschaft und Co-Studiengangsleiter des MSc Circular Innovation and Sustainability. Er fokussiert sich in seiner Arbeit auf Kreislaufwirtschaft, nachhaltige Geschäftsmodelle und die Integration von Nachhaltigkeit in Lehre und Praxis.

**«Für mich zeigt sich die Arbeit über kulturelle Grenzen hinweg besonders in Begegnungen, die nicht immer reibungslos verlaufen. Gerade diese Momente fordern unsere Perspektiven heraus, eröffnen neue Blickwinkel und schaffen Raum für persönliches Wachstum sowie innovative Ideen.»**

**Prof. Dr. Claudia Vogel**  
Studiengangsleiterin BSc International  
Business Administration



# Nachhaltigkeit: Die Rechnung geht nicht immer für alle auf

**Student\*innen der BFH Wirtschaft setzen sich ganz praktisch mit Themen der Nachhaltigkeit auseinander. So zeigen die Arbeiten von Nils Tischer und Aline Maeva Schlachter die Auswirkungen von Nachhaltigkeitsregulatorien auf Produzent\*innen von Kakao respektive Kaffeebohnen und die damit verbundenen Chancen und Risiken.**

Astrid Tomczak-Plewka, freie Journalistin

Die Tasse Kaffee zum Frühstück, ein Stück Schokolade zum Dessert: Für viele Schweizer\*innen gehört das zum Alltag. Und immer mehr Menschen hierzulande achten darauf, dass diese Genussmittel nicht nur gut schmecken, sondern auch unter fairen und nachhaltigen Bedingungen produziert wurden. Darauf zielen auch die Bestrebungen der EU ab. Seit Juni 2023 ist die Entwaldungsverordnung (EUDR) in Kraft. Sie wird ab diesem Jahr stufenweise angewendet und soll sicherstellen, dass für den Anbau von Exportgütern wie Kakao und Kaffee nicht immer mehr Wälder abgeholzt werden. Doch was bedeutet diese Regulierung für die betroffenen Bäuerinnen und Bauern im globalen Süden? Dient die angestrebte Nachhaltigkeit auch ihrem Wohl – oder vor allem der Beruhigung unseres Gewissens?

## Nachhaltigkeit ist ein komplexer Balanceakt

Mit solchen Fragen haben sich eine Studentin und ein Student der Berner Fachhochschule Wirtschaft intensiv auseinandergesetzt. In seiner Bachelorarbeit untersuchte Nils Tischer die Auswirkungen der EU-Entwaldungsverordnung auf Kakaobäuerinnen und -bauern in Ghana. Aline Maeva Schlachter wiederum analysierte in ihrer Masterarbeit, wie sich entwaldungsfreie Beschaffungsstrategien im globalen Kaffeehandel umsetzen lassen und wo sie an Grenzen stossen. Beide kommen zum Schluss: Nachhaltigkeit entlang globaler Lieferketten ist ein komplexer Balanceakt. «Ich habe unterschätzt, wie schwierig es ist, Umweltschutz, soziale Gerechtigkeit und wirtschaftliche Rentabilität gleichzeitig zu erreichen», sagt Nils Tischer.

## Kartierung, GPS-Daten und Dokumentationen nötig

Ein zentrales Instrument der Entwaldungsverordnung ist die Pflicht zur Rückverfolgbarkeit. Kakao etwa darf nur noch dann in die EU importiert werden, wenn nachgewiesen ist, dass er nicht auf kürzlich entwaldeten Flächen angebaut wurde. Dafür müssen Anbauflächen kartiert, GPS-Daten erhoben und umfangreiche Dokumentationen erstellt werden. Für die Produzent\*innen hat

**NILS TISCHER**  
BSc Betriebsökonomie



**ALINE MAEVA SCHLACHTER**  
MSc Circular Innovation  
and Sustainability



das ganz konkrete finanzielle Folgen. «Die Einhaltung ist teuer, genauso wie die Nichteinhaltung», fasst Nils Tischer zusammen. Können Bäuerinnen und Bauern die Anforderungen nicht erfüllen, droht nämlich der Ausschluss aus dem EU-Markt.

#### **Kaum Verhandlungsspielraum für die Produzent\*innen**

In Ghana verschärft sich diese Problematik durch die Marktstruktur zusätzlich. Der Kakaohandel ist stark staatlich reguliert. Die Produzent\*innen dürfen ihre Ernte nur an lizenzierte Aufkäufer\*innen verkaufen, die dem staatlichen Ghana Cocoa Board unterstehen. Verhandlungsspielraum über Preise oder Zusatzkosten haben sie kaum. Für viele Kleinbäuerinnen und -bauern ist das existenziell. Ihre ohnehin prekäre wirtschaftliche Lage kann sich weiter verschärfen, mit sozialen Folgen wie Schulabbrüchen oder Kinderarbeit. Gerade diese Effekte sollen mit Nachhaltigkeitsstrategien eigentlich eingedämmt werden.

#### **Fragmentierung der Märkte droht**

Ähnliche Spannungsfelder zeigt die Arbeit von Aline Maeva Schlachter im Kaffeesektor. Auch hier würden zusätzliche Kosten entlang der Lieferkette häufig bis zu den Produzent\*innen weitergereicht. Gleichzeitig warnt Aline Maeva Schlachter vor einer Fragmentierung der Märkte: «Es besteht die Gefahr, dass sich Lieferketten aufspalten – in konforme Ware für den EU-Markt und weniger regulierte Ströme für andere Regionen.» Dennoch sieht sie auch Chancen. Die geforderte Rückverfolgbarkeit könne erstmals detaillierte Daten auf Betriebsebene liefern – eine wichtige Grundlage für gezielte Fördermassnahmen und transparentere Handelsbeziehungen.

---

**«Es besteht die Gefahr,  
dass sich Lieferketten  
aufspalten – in konforme Ware  
für den EU-Markt und  
weniger regulierte Ströme für  
andere Regionen.»**

---

**Aline Maeva Schlachter**  
MSc Circular Innovation  
and Sustainability

#### **Wissen teilen und Synergien nutzen**

Eine Erkenntnis heben beide hervor: Damit Nachhaltigkeit auch vor Ort Wirkung zeigt, müsse Wissen geteilt werden, statt dass Unternehmen, Händler und Behörden parallel an denselben Problemen arbeiten. «Es ist wichtig, Synergien zu nutzen und bestehende lokale Strukturen einzubeziehen», sagt Nils Tischer. «Man kann nicht für jede Produzentin und jeden Produzenten einzeln neue Anforderungen umsetzen, ohne die Gegebenheiten vor Ort mitzudenken.»

#### **Global Management als wertvolle Vertiefung im Studium**

Beide betonen, dass sie durch ihr Studium gut auf ihre Arbeit vorbereitet waren. So hätten sie gelernt, Entscheidungen in komplexen internationalen Kontexten zu hinterfragen – und auszuhalten, dass es selten die eine richtige Lösung gibt. «Die Vertiefung Global Management im Bachelorstudium an der BFH Wirtschaft hat mich sehr gut auf die Arbeit vorbereitet», sagt Nils Tischer. «Wir haben viel über nachhaltige Lieferketten und interkulturelle Zusammenarbeit gelernt und darüber, wie unterschiedlich Nachhaltigkeit je nach Kontext aussehen kann.»

Damit dieses Bewusstsein künftig auch bei denen ankommt, die ihren Kaffee trinken oder in ein Stück Schokolade beißen, bleibt noch viel zu tun. Nicht zuletzt braucht es Berufsfachleute, die diese Komplexität in Entscheidungen einbeziehen. Auch darauf bereitet die BFH Student\*innen wie Nils Tischer und Aline Maeva Schlachter vor. \_\_\_\_\_



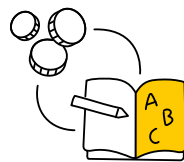
Die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) hat zum Ziel, die weltweite Entwaldung und Waldschädigung zu stoppen, die durch Konsum in der EU verursacht wird.



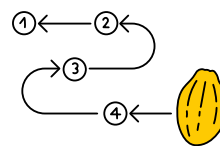
Entwaldungs-  
verordnung:  
Schutz der Wälder  
als zentrales Ziel



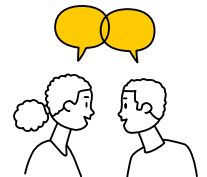
Herausforderung  
für Bäuerinnen und  
Bauern: umfangreiche  
Dokumentation  
führt zu finanziellen  
Belastungen



Verschärfte finanzielle  
Lage begünstigt Schul-  
abbrüche und Kinderarbeit  
statt sie zu verhindern



Chance:  
Rückverfolgung  
als Schlüssel zu  
effektiver Förderung



Fazit:  
Nur durch Zusammen-  
arbeit, Synergien und  
Einbindung lokaler  
Strukturen entfaltet Nach-  
haltigkeit Wirkung vor Ort

# Internationale Forschung mit Wirkung

Internationalisierung ist längst Teil des Alltags von Unternehmen – und zentraler Bestandteil unserer Forschung. Als Fachhochschule verbinden wir wissenschaftliche Expertise mit konkreten Praxisfragen und arbeiten dabei eng mit internationalen Partner\*innen zusammen. Unsere Forschungsprojekte adressieren reale Herausforderungen und liefern anwendbare Lösungen für Wirtschaft und Gesellschaft.

**IMPACT**



Buchtipps zum Fokusthema Internationalisierung

## Zeitgenössische Perspektiven auf interkulturelles Management

Wie werden Führungskräfte und Mitarbeiter\*innen kultureller Vielfalt in ihrer aktuellen Komplexität gerecht? Zu dieser Frage bietet der neue «Routledge Companion to Cross-Cultural Management» eine Vielzahl von Anregungen. «Es war für uns zentral, von der veralteten Gleichsetzung von Kultur mit Nationalität und westlich dominierten Sichtweisen wegzukommen», sagt Claudine Gaibrois, Co-Leiterin des Instituts Marketing & Global Management, und mit Natalie Victoria Wilmot von der Manchester Metropolitan University, UK, Herausgeberin der Zweitausgabe des Sammelbands. «Daher setzt das Buch einen Fokus auf die Folgen aktueller geopolitischer und gesellschaftlicher Entwicklungen für das interkulturelle Management und enthält Beiträge von Forscher\*innen aus der ganzen Welt.»

Natalie Victoria Wilmot & Claudine Gaibrois

«The Routledge Companion to Cross-Cultural Management» | 2. Auflage  
Oxon: Routledge, Erscheinungsdatum: 21. April 2026

# Affordable Innovation

## Partnerländer

Deutschland, Indien, USA



Wie entstehen Innovationen, die gezielt darauf ausgerichtet sind, die Bedürfnisse und Herausforderungen von Menschen mit begrenzten finanziellen oder materiellen Ressourcen zu adressieren? Daraus entstehen Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse, die funktional, verlässlich und für breite Bevölkerungsgruppen erschwinglich sind.

## Vorgehen

Das kumulierte Wissen in diesem Bereich basiert auf zahlreichen Studien mit mehr als 100 Interviews und weit über 2000 Befragungsteilnehmer\*innen in zehn Ländern.

## Impact

Die Forschungsergebnisse werden im Rahmen von Affordable Innovation Hubs in Indien und Afrika in die Praxis überführt, indem Mitarbeiter\*innen ausgebildet und Start-ups gezielt ge-coacht werden. Darüber hinaus werden die Erkenntnisse aktuell in eine internationale Lehrveranstaltung integriert, die gemeinsam mit einer indischen Universität angeboten und perspektivisch für weitere Partner\*innen geöffnet wird.



# L2BGreen

## Partnerländer

Deutschland, Estland, Griechenland, Niederlande, Österreich, Slowenien



Wie kann Case-basiertes Lernen mit Hilfe eines KI-gestützten Chatbots die Kompetenzen für grünes Unternehmertum in Europa wirksam skalieren – und Lernende befähigen, Geschäftsmodelle systematisch auf Umweltauswirkungen zu analysieren, um nachhaltigere Innovationen zu entwickeln?

## Vorgehen

Entwicklung eines mehrsprachigen Online-Kurses: multimediale Inhalte und Quiz, fallbasierte Lernmodule und ein dialogbasierter KI-Agent als Tutor/Diskussionspartner/Feedbackgeber. Ergänzt durch Community-Matching.

## Impact

Breit zugängliche und offene Qualifizierung für grüne Unternehmer\*innen sowie Berufs- und Hochschullernende in sechs Sprachen: stärkt Wissen, Bewusstsein und Handlungskompetenz für nachhaltige Geschäftsmodelle. Beitrag zu den Sustainable Development Goals 4, 9 und 12 und zur skalierbaren digitalen Bildung.



# Digital Finance Marie Skłodowska-Curie Actions (MSCA)

## Partnerländer

Deutschland, Italien, Litauen, Niederlande, Österreich,  
Polen, Rumänien



Wir gestalten digitale Technologien wie Künstliche Intelligenz (KI), Blockchain und Big Data, Finanzmärkte, Geschäftsmodelle und regulatorische Rahmenbedingungen. Ein Schwerpunkt des Netzwerks liegt auf erklärbarer KI im Finanzwesen. Wir entwickeln intelligente Systeme, die nicht nur Vorhersagen erstellen, beispielsweise über Börsenentwicklungen oder Kreditrisiken, sondern auch erklären, warum eine bestimmte Prognose getroffen wurde.

## Vorgehen

Das Projekt ist als internationales, interdisziplinäres Doktorand\*innen-Netzwerk konzipiert und kombiniert quantitative Analysen, KI-Methoden, Experimente und qualitative Fallstudien. Zentrale Elemente sind strukturierte Trainingsprogramme, Industrie-Secondments sowie die enge Zusammenarbeit von Wissenschaft, Wirtschaft und Politik.

## Impact

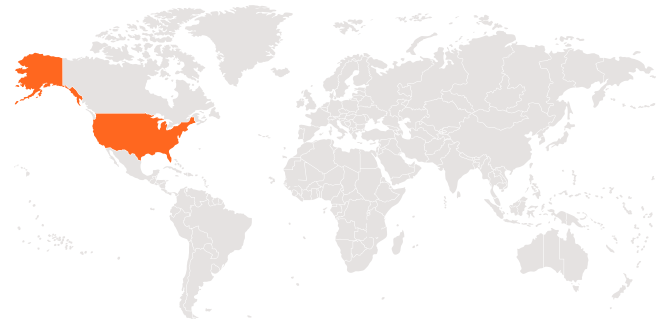
Das Projekt stärkt die Ausbildung der nächsten Generation von Forscher\*innen im Bereich Digital Finance und liefert evidenzbasierte Erkenntnisse für Unternehmen, Regulierungsbehörden und Politik. Es fördert verantwortungsvolle Innovationen, erklärbare KI und nachhaltige Finanzmärkte in Europa.



# Language, Culture, and Well-Being – Twitter Project

## Partnerland

USA, internationale Kooperation mit der  
University of Pennsylvania und der Stanford University



Wie spiegeln sich kulturelle Werte, psychologische Merkmale und Wohlbefinden in der Sprache wider? Das Projekt untersucht, wie Menschen in unterschiedlichen kulturellen Kontexten über Emotionen, Stress, mentale Gesundheit und Lebenszufriedenheit in sozialen Medien sprechen. Ziel ist es, kulturvergleichende Muster und psychologische Signale in der Sprache sichtbar zu machen und international übertragbare Erkenntnisse zur Beziehung zwischen Kultur, Kommunikation und Wohlbefinden zu gewinnen.

## Vorgehen

Wir analysieren grossskalige Social-Media-Daten mit Methoden der computerbasierten Sprach- und Textanalyse (NLP) und verbinden diese mit psychologischen Theorien und validierten Messmodellen. Innovativ ist die Kombination von Big Data, Kulturvergleich und Wohlbefindensforschung mit hoher Skalierbarkeit.

## Impact

Die Ergebnisse sind international übertragbar und unterstützen Forschung, Organisationen und Gesellschaft dabei, kulturelle Unterschiede in Wohlbefinden und Kommunikation besser zu verstehen. Das Projekt liefert evidenzbasierte Erkenntnisse für Prävention, Wohlbefinden und interkulturelle Zusammenarbeit.



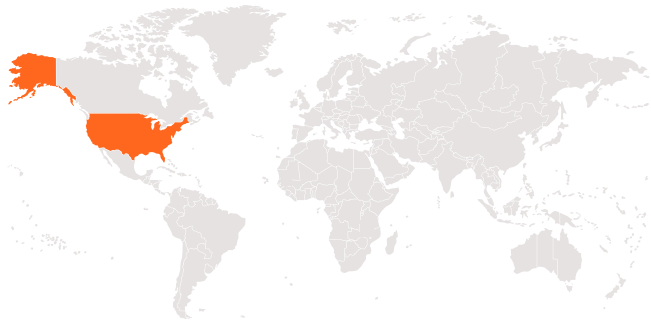
**«Die grossen Fragen unserer Zeit lassen sich nur gemeinsam beantworten. Daher endet Forschung nicht an der Landesgrenze. Nur dort, wo Wissen international geteilt, hinterfragt und weitergedacht wird, entsteht Innovation mit echter Wirkung. Internationalität macht Forschung erst relevant!»**

**Prof. Dr. Christian Hopp**  
Leiter Forschung



# Rage Against the Machine

Partnerland  
USA



Künstliche Intelligenz (KI) ist in vielen Bereichen des Marketings angekommen, aber die Rolle von KI für die Bepreisung von Produkten oder Dienstleistungen ist noch nicht ausreichend erforscht. Dieses Projekt untersucht die Wahrnehmung des Einsatzes von KI seitens der Kund\*innen im Rahmen von Preisentscheidungen, insbesondere wie fair sie die Preise bewerten.

## Vorgehen

Das Projekt kombiniert qualitative Ansätze (Tiefeninterviews) mit quantitativen Ansätzen (Experimente). Unter anderem planen wir Experimente mit humanoiden Robotern, die in verschiedenen Rollen eingesetzt werden, beispielsweise als Preisentscheider.

## Impact

Zukünftig werden Beziehungen zwischen Vermarkter\*innen und Konsument\*innen noch stärker von KI beeinflusst werden, zum Beispiel durch den Einsatz humanoider Roboter. Wir leisten mit unserem Projekt einen Beitrag dazu, wie wir diese Zukunft so gestalten können, ohne dass dabei Gerechtigkeit und Fairness auf der Strecke bleiben.



# Unpacking the Internal Dynamics of Corporate Social Responsibility (CSR)

Partnerland  
Grossbritannien



Wie beeinflussen CSR-Manager\*innen und die ihnen zur Verfügung stehenden CSR-Ressourcen gemeinsam die Umsetzung von Corporate Social Responsibility in Organisationen? Das Projekt untersucht insbesondere, unter welchen Bedingungen diese Faktoren die Entwicklung, Ausgestaltung und Veränderung von CSR-Implementationsprozessen innerhalb von Unternehmen fördern oder begrenzen.

## Vorgehen

Das Projekt basiert auf einer qualitativen, longitudinalen Mehrfallstudie in grossen Schweizer Finanzinstituten. Auf der Grundlage mehrerer Interviewrunden, Dokumenten- und Prozessanalysen rekonstruieren wir die internen Dynamiken der CSR-Umsetzung. Innovativ ist der Fokus auf zeitliche Prozesse und organisationale Mechanismen.

## Impact

Das Projekt leistet einen theoretischen Beitrag zur CSR-Implementationsforschung, indem es organisationale Mechanismen und die Rollen der Akteur\*innen systematisch herausarbeitet. Praktisch liefert es Unternehmen fundierte Einsichten zur wirksameren Gestaltung von CSR-Rollen, Ressourcenallokation und Implementationsprozessen.



# Real Versus Digital (ReVerDi)

## Sustainability optimisation for cultural heritage preservation in national libraries

### Partnerländer

Niederlande, Grossbritannien



Nationalbibliotheken erhalten das historische Erbe eines Landes und ermöglichen es Menschen aus aller Welt, Einblicke in dieses Land zu gewinnen. In den letzten Jahren haben viele dieser Bibliotheken Teile ihrer Sammlungen digitalisiert, um sie einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Das wird von den Nutzer\*innen geschätzt. Allerdings steigen die Kosten, der Energiebedarf und die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus der Bereitstellung digitaler Infrastrukturen stetig. Ziel des ReVerDI-Projekts ist es, Empfehlungen für einen optimalen Infrastrukturmix zu entwickeln, der wirtschaftlich tragbar ist, rechtliche, wissenschaftliche und kulturelle Anforderungen erfüllt, den Zugang für die Nutzer\*innen vereinfacht und den Energieverbrauch und die Emissionen minimiert.

### Vorgehen

Das Projekt ReVerDi wendet den Ansatz des «Life Cycle Sustainability Assessment» an, um physische und digitale Bibliotheksinfrastrukturen aus ökologischer, sozio-kultureller und ökonomischer Perspektive zu bewerten. Das Konsortium umfasst drei Forschungsgruppen und drei Nationalbibliotheken aus dem Vereinigten Königreich, den Niederlanden und der Schweiz. Länderteams setzen das Projekt national um, während jede Forschungsgruppe ein transnationales Schwerpunktthema verantwortet.

### Impact

Das Projekt leistet einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung nachhaltiger und zukunftsfähiger Infrastrukturen in Nationalbibliotheken und anderen kulturellen Institutionen, indem es die dafür erforderliche wissenschaftliche Grundlage bereitstellt.



# Wie unsere Student\*innen weltweit von über siebzig Partnerhochschulen profitieren

**Global denken – lokal studieren:** Dieses Prinzip prägt die BFH Wirtschaft seit Jahren. Ein Netzwerk von rund 70 Partnerhochschulen auf allen Kontinenten eröffnet jährlich rund 50 Student\*innen die Möglichkeit zu einem Auslandssemester oder gar zu einem Double Degree. Neben diesen regulären Langzeitformaten gewinnen kurze Studienaufenthalte wie die Summer oder Winter Schools zunehmend an Bedeutung.

## Globale Perspektiven im Hörsaal

Internationale Erfahrung beschränkt sich längst nicht mehr nur auf Aufenthalte vor Ort. Über Collaborative Online International Learning (COIL), Blended Intensive Programmes (BIP) oder integrierte internationale Elemente holen wir globale Perspektiven direkt in den Hörsaal. Über 350 Student\*innen nehmen jährlich an Modulen teil, die digitale oder hybride Formen der Zusammenarbeit über Länder hinweg ermöglichen – ideal für alle, die internationale Inhalte flexibel in ihr Studium integrieren möchten. Das Hochschulnetzwerk der BFH Wirtschaft bildet dabei die Grundlage für dieses vielfältige Angebot und ermöglicht es Student\*innen, Auslandserfahrungen passgenau in ihre individuelle Studienplanung einzubauen. Unser Ziel: ein vielfältiges und stetig wachsendes Portfolio für global orientierte Karrieren.

## BSc International Business Administration: Internationalität als Kern des Studiums

Unser Bachelor in International Business Administration (IBA) richtet sich an Student\*innen, die in Unternehmen tätig sein möchten, die lokal verankert sind und gleichzeitig im internationalen Umfeld agieren. Das Studium vermittelt ein breites wirtschaftswissenschaftliches Fundament und vertieft Themen, die in solchen Organisationen relevant sind – etwa internationale Steuerfragen, geopolitische Rahmenbedingungen oder nachhaltiges Wirtschaften entlang globaler Supply Chains. Dazu zählen Module wie International Taxation, die wir gemeinsam mit elf europäischen Partnerhochschulen durchführen, sowie Entrepreneurship-Formate, die wir mit einer Hochschule in Indien umsetzen und die Einblicke in dynamische Wachstumsökonomien ermöglichen.

## Interkulturelle Zusammenarbeit wird zum Alltag

Fallstudien aus unterschiedlichen Wirtschaftsregionen und ein vielfältig zusammengesetztes Klassenzimmer prägen das Studium. Rund 40 % der Student\*innen kommen aus dem Ausland, vorwiegend aus Europa, Afrika und Asien – ein Umfeld, das interkulturelle Zusammenarbeit täglich erlebbar macht. Darüber hinaus findet der Austausch mit Partnerhochschulen regelmässig auf dem Campus Marzili statt. Gaststudent\*innen und Dozent\*innen aus dem Partnernetzwerk bringen ihre Perspektiven direkt in den Unterricht ein. Der IBA stärkt damit die fachliche und interkulturelle Kompetenz der Student\*innen, fördert den Aufbau eines internationalen beruflichen Netzwerks und verbessert ihre Position auf einem Arbeitsmarkt, der stark von globalen Verflechtungen geprägt ist.



Weitere Informationen:  
International studieren  
Business: International | BFH



Weitere Informationen:  
Bachelor International  
Business Administration | BFH

# Wie globale Wirtschaftsfragen zum Erfolgsfaktor für Unternehmen werden – Internationalisierung als Thema in der Weiterbildung

Globale Lieferketten machen deutlich, wie stark Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft heute international verflochten sind. Rohstoffe, Produktion und Absatzmärkte verteilen sich über viele Länder und Kontinente hinweg. Gleichzeitig zeigen geopolitische Spannungen, Klimarisiken und soziale Anforderungen, wie anfällig und verantwortungsvoll diese Vernetzung ist.

Gerade nachhaltige Lieferketten verdeutlichen, warum Internationalisierungskompetenz in der Weiterbildung immer wichtiger wird. Wer globale Wertschöpfungsnetzwerke gestaltet, muss wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte über Ländergrenzen hinweg verstehen und miteinander verbinden. Nachhaltigkeit ist dabei kein Zusatzthema, sondern ein strategischer Faktor für Resilienz, Innovation und Wettbewerbsfähigkeit.

Unterschiedliche Rechtsräume, Kulturen und Marktbedingungen erhöhen die Komplexität zusätzlich. Unternehmen brauchen deshalb Fach- und Führungskräfte, die globale Dynamiken einordnen, Risiken bewerten und nachhaltige Lösungen entwickeln können.

Moderne Weiterbildungsangebote im Bereich Internationalisierung setzen genau hier an: Sie fördern vernetztes Denken und befähigen dazu, globale Strukturen verantwortungsvoll zu gestalten. Nachhaltige Supply Chains sind damit ein anschauliches Beispiel dafür, wie eng internationale Perspektiven und die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen heute zusammenhängen.

**Nachhaltigkeit als strategischer Faktor**

**Dynamiken einordnen und Risiken bewerten**

**Globale Strukturen verantwortungsvoll gestalten**



Weitere Informationen zum  
**CAS Nachhaltige Supply Chain & Logistik:**  
[Nachhaltige Supply Chain & Logistik | BFH](#)

**«Internationalisierung wird dann sinnvoll, wenn wissenschaftlich fundiertes Wissen an Orte gelangt, an denen es Entwicklung wirklich gestalten kann. Es geht um mehr als nur Mobilität – es geht um Neugier, Respekt und Zusammenarbeit, die es uns ermöglichen, über Grenzen hinweg zu wachsen.»**

Dalila Britto  
Studentin MSc Circular  
Innovation and Sustainability



# Offen sein und sich aktiv integrieren

**Dalila Ferreira Britto kommt aus Brasilien und arbeitete auch schon in Deutschland. An der BFH Wirtschaft absolviert sie den Master Circular Innovation and Sustainability. Im Interview teilt sie ihre Erfahrungen als internationale Studentin und darüber, wie sie Internationalisierung, den interkulturellen Austausch und die unterstützenden Angebote der Fachhochschule erlebt.**

## **Wie bist du auf die BFH Wirtschaft gekommen?**

Schon seit 2012 wollte ich mich im Bereich Nachhaltigkeit spezialisieren, fand aber lange kein passendes Studienangebot. 2024 entdeckte ich die BFH Wirtschaft: Das interdisziplinäre Programm, der starke Nachhaltigkeitsfokus, unternehmerische Initiativen und die Möglichkeit eines Teilzeitstudiums haben mich überzeugt.

## **Wie hast du das Ankommen erlebt?**

Der Bewerbungsprozess war persönlich und gut organisiert, der Welcome Day sehr hilfreich für den Studienstart.

## **Welche Herausforderungen siehst du für internationale Student\*innen?**

Eine der grössten Hürden sind die administrativen Voraussetzungen. In meiner Situation als Non-EU-Studentin wurde ich vom International Office der BFH sehr gut unterstützt. Auch die Behörden stellten viele Informationen auf Englisch zur Verfügung, was den Prozess erleichtert hat.

## **Wie erlebst du den Studienalltag an der BFH Wirtschaft?**

Ich habe viele Freundschaften mit Schweizer Student\*innen geschlossen – auch ausserhalb des Studiums. In Gruppenarbeiten gab es zu Beginn unterschiedliche Arbeitsrhythmen, besonders zwischen Teilzeit- und Vollzeitstudent\*innen. Mit der Zeit lernt man jedoch, verschiedene Arbeitsstile und Kulturen besser zu verstehen.

## **Wo siehst du Stärken der Internationalisierung – und wo Potenzial?**

Der Mix aus Schweizer und internationalen Student\*innen ist sehr bereichernd. Angebote wie das Certificate of Global Competence fördern interkulturelle Kompetenzen. Potenzial sehe ich darin, solche Programme stärker für Teilzeitstudent\*innen zu öffnen. Zudem fände ich internationale Gastdozent\*innen zu Themen wie Nachhaltigkeit sehr bereichernd.

## **Was nimmst du persönlich mit?**

Ein guter Start und Unterstützung sind entscheidend. Mein Rat an internationale Student\*innen: offen sein, Hilfe annehmen, die Schweizer Kultur kennenlernen und sich aktiv integrieren. Besonders empfehlen kann ich das Mentoring-Programm für den Berufseinstieg.

# Partnerhochschulen

**Internationale Kooperationen sind ein zentraler Mehrwert des Studiums an der BFH Wirtschaft. Sie ermöglichen Student\*innen, ihr Fachwissen zu erweitern, internationale Erfahrung zu sammeln und sich gezielt auf eine global vernetzte Arbeitswelt vorzubereiten. Ein besonderes Highlight im internationalen Angebot sind die Double-Degree-Programme.**



Ein Double Degree bietet den Student\*innen die Möglichkeit, zwei anerkannte Hochschulabschlüsse zu erwerben: einen an der BFH Wirtschaft und einen an einer internationalen Partnerhochschule. Die Programme sind inhaltlich eng aufeinander abgestimmt, Studienleistungen werden gegenseitig anerkannt und der Auslandsaufenthalt ist optimal in den Studienverlauf integriert. So verbinden die Student\*innen Schweizer Bildungsqualität mit internationaler akademischer Exzellenz.

Für die Student\*innen bedeutet ein Double Degree ein klares Plus: Sie studieren in unterschiedlichen akademischen und kulturellen Kontexten, stärken ihre Sprach- und interkulturellen Kompetenzen und erweitern ihr internationales Netzwerk. Diese Erfahrungen erhöhen die Attraktivität auf dem Arbeitsmarkt deutlich und eröffnen vielfältige Karrierechancen – sowohl in der Schweiz als auch weltweit.

Mit ihren internationalen Double-Degree-Kooperationen positioniert sich die BFH Wirtschaft als praxisnahe, international vernetzte Hochschule, die ihren Student\*innen exzellente Zukunftsperspektiven bietet. \_\_\_\_\_

## Eine Auswahl der Double-Degree-Partnerhochschulen der BFH Wirtschaft

- University of the Sunshine Coast, Australien
- HAMK Häme University of Applied Sciences, Finnland
- Linnaeus University, Schweden
- Thomas More University of Applied Sciences, Belgien
- HEG Arc, Romandie

## Facts zum Double Degree

- Incoming 11 / Outgoing 5
- **Top 3 Länder, in denen wir ein DD absolvieren**  
Australien, Südkorea, Finnland/Mexiko
- **Top 3 Länder von denen wir besucht werden**  
Frankreich/Finnland, Schweden/Südkorea, Mexiko

# Mut, Klarheit und der Blick über den eigenen Horizont hinaus

ANITA STEBLER  
CIO & CFO s: stebler Gruppe



”

Internationalisierung ist für KMU längst kein «Nice-to-have» mehr – sie ist zur Notwendigkeit geworden. Die Weltwirtschaft verändert sich rasant, Lieferketten verschieben sich, Märkte fragmentieren, neue Regulierungen entstehen. Trotz dieser Komplexität gilt: Chancen liegen heute seltener vor der eigenen Haustür und immer häufiger dort, wo wir als Unternehmer\*innen bereit sind hinzuschauen.

Als Unternehmerin und Präsidentin von swiss export sehe ich täglich, wie unterschiedlich die Ausgangslagen unserer Mitglieder sind – und doch verbindet sie alle derselbe Antrieb: der Wille, sich weiterzuentwickeln. Internationalisierung bedeutet nicht zwingend geografische Weite, sie beginnt im Kopf. Wer exportieren will, muss zuerst seine eigene Organisation stärken. Prozesse, Datenqualität, digitale Werkzeuge – all das sind Grundlagen, die Wachstum erst ermöglichen.

Genauso entscheidend ist der Mut, Partnerschaften zu bauen. Kein KMU kann heute allein international bestehen. Erfolgreiche Unternehmen investieren Zeit in Marktanalysen, pflegen Netzwerke und setzen auf verlässliche lokale Partner\*innen. Gerade in Zeiten geopolitischer Spannungen – die europaweit nach Stabilität rufen – braucht es diese Brückenbauer-Mentalität mehr denn je.

Internationalisierung ist zudem ein Katalysator für Kulturentwicklung. Sie zwingt uns, unsere Wertschöpfung kritisch zu hinterfragen, Prozesse zu standardisieren und gleichzeitig flexibel zu bleiben. Auch wir bei swiss export sehen, wie neue Kompetenzen – von ESG (Environmental, Social und Governance) bis Digitalisierung – Unternehmen befähigen, in globalen Märkten sichtbar und wettbewerbsfähig zu bleiben.

Am Ende ist es eine Frage der Haltung: International zu denken heisst, vertraute Muster loszulassen und offen für Neues zu sein. Internationalisierung ist kein Sprint, sondern ein Weg – ein Weg, der widerstandsfähiger, innovativer und zukunftsfähiger macht.

# CAMPUS CLIPS \_

## Zweiter Statusbericht Kreislaufwirtschaft

Rund jedes vierte Unternehmen hat das Konzept Kreislaufwirtschaft mittlerweile fest in seiner Unternehmensstrategie verankert – ein klares Zeichen dafür, dass das Thema ernst genommen wird. Doch bei der konkreten Umsetzung zeigt sich ein anderes Bild: Nur etwa zehn Prozent der Unternehmen setzen Kreislaufwirtschaftsmodelle bislang tatsächlich um. Warum ist das so?



## Me and My Planet

Dieses Projekt befähigt Menschen, ihren Lebensstil im Kontext von Alltag und Beruf fundiert zu reflektieren und Möglichkeiten sowie Bedingungen für Verhaltensänderungen auszuloten.



## Internationale Konferenz zu IKT für Nachhaltigkeit | ICT4S

Die Konferenz dreht sich um die Rolle, Chancen und Risiken der Digitalisierung für eine nachhaltige Entwicklung inklusive konkreter Lösungen und verbindet Forschung, Politik, Verwaltung und Wirtschaft.



## Care Arbeit – Wer verdient, wer versorgt?

Diskrepanz zwischen Wunsch und Realität – was kann Wirtschaft und Politik nun tun?



## The Power of the Crowd: Wie Nutzerbeiträge gegen Desinformation helfen

In einer Befragung von über 10'000 Teilnehmer\*innen aus Deutschland, Grossbritannien und Italien untersuchte das Forschungsteam, wie gut Menschen wahre und falsche Online-Inhalte erkennen können. Das Ergebnis: Falschmeldungen werden häufig für glaubwürdig gehalten – bei manchen Themen sogar von der Hälfte der Befragten.





**«Mein Arbeitsalltag fühlt sich manchmal wie eine kleine Weltreise an. Am schönsten ist es, wenn aus Formularen, Fristen und Gesprächen ein neues Teammitglied wird.»**

Cédric Schmid  
HR Berater  
BFH Wirtschaft

# Facts & Figures

## Internationalisation@Home



13 Module mit  
359 Student\*innen

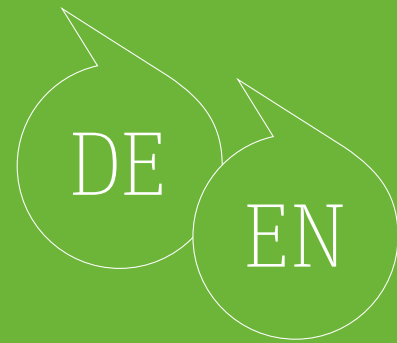
## Drei internationale Studiengänge

BSc International  
Business Administration

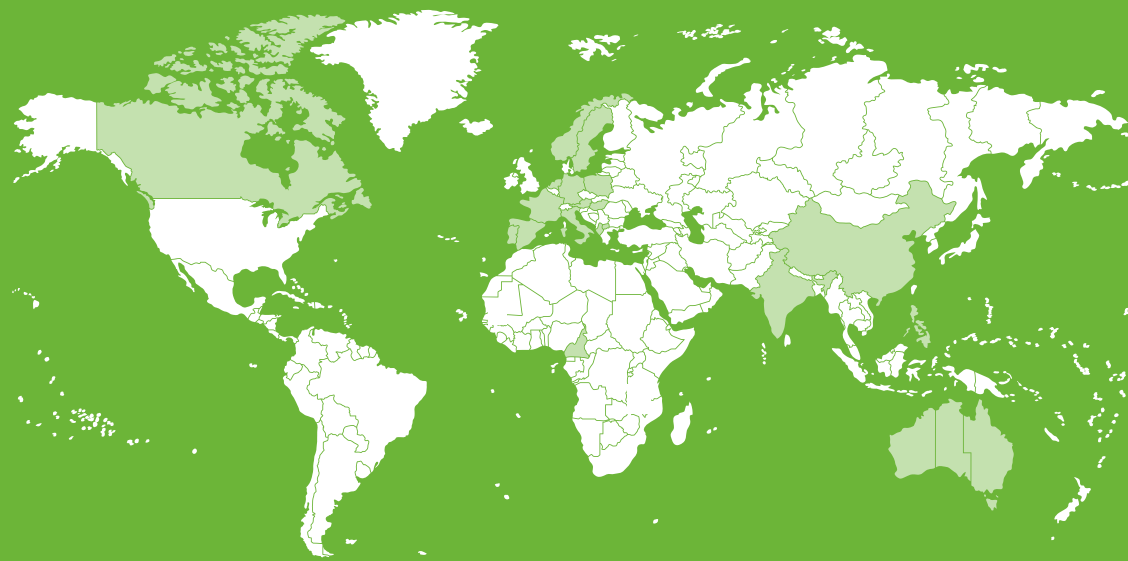
MSc Digital Business  
Administration

MSc Entrepreneurship &  
Business Innovation

## Wir unterrichten in zwei Sprachen



An der BFH Wirtschaft arbeiten 80 internationale Angestellte aus 20 Nationen



Albanien  
Australien  
China  
Deutschland  
Frankreich

Indien  
Italien  
Kamerun  
Kanada  
Liechtenstein

Niederlande  
Nordmazedonien  
Norwegen  
Österreich  
Philippinen

Polen  
Portugal  
Schweden  
Spanien  
Ungarn