

Modulbezeichnung: Narrating Entrepreneurship	
Modulkürzel	w.MA.XX.NEPS.20HS
ECTS Credits	3
Unterrichts- und Prüfungssprache	Deutsch
Beschreibung des Moduls	<p>„Entrepreneurial Storytelling“ ist ein interdisziplinäres Phänomen: In der Berufswelt dient es PraktikerInnen, Projekte zu gestalten oder neue Organisationen zu gründen. Wer in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden will, muss erzählen, was er tut. Praxisroutinen wie Leadership, Management und Entrepreneurship werden so zur kommunikativen Aufgabe. Bestehende und neu emergierende Organisationen, Businesses, Startups, (Jung)Unternehmen, Projekte und Produkte entwickeln sich durch fortlaufende multimodale Kommunikation (Wort, Text, Ton, Bild, Bewegtbild usw.) kontinuierlich weiter. Sie werden durch Sprache geformt und gesteuert. Entrepreneurial Stories tragen zur unternehmerischen Wertschöpfung bei, indem sie die narrative Identität von Organisationen, Produkten oder Projekten durch die Entwicklung von Entrepreneurial Designs kommunikativ mitprägen. Dadurch wird Storytelling zu einem unternehmerischen Designprozess und zentraler Bestandteil von Entrepreneurship. In diesem Modul lernen die Studierenden zentrale Prinzipien, Mindsets, Praktiken und Techniken (Tools) der unternehmerischen Kommunikations-Designpraxis kennen. Basierend auf der Analyse (teil)öffentlicher Diskurse nehmen sie emergente Kommunikationsaufgaben wahr und üben sich darin, originäre Kommunikationspraktiken zu entwerfen sowie diskursanschlussfähige Kommunikationslösungen zu verfertigen. An vier Tagen in der Woche vor Semesterstart (9.-12.02.2026) findet der Unterricht en bloc vor Ort statt. Die Präsentationen erfolgen je nach def. Anzahl Gruppen entweder Samstagmorgen, 11.04.2026 zw. 8.00 und 15.00 Uhr oder Dienstagabend, 7.4.2026 zw. 18.00 und 20.00 Uhr. Während des Semesters werden Online-Coachings (Reflection on Action-Sessions) angeboten.</p>
Verantwortliche OE	Institut für Innovation&Entrepreneurship
Modulverantwortung	Birgitta Borghoff
Modulverantwortung Stellvertretung	Christa Bosch
Studiengang und Vertiefungsrichtung	<ul style="list-style-type: none"> • Business Administration - Vertiefung in Innovation and Entrepreneurship
Rechtliche Grundlagen	Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration vom 04.06.2009, Anhang zur Studienordnung für den Masterstudiengang Business Administration (Innovation and Entrepreneurship) erstmals beschlossen am 22.09.2019
Modulkategorie	Modultyp Wahlpflichtmodul
Spezifische Vorkenntnisse	MSc-Module gemäss Modultafel
Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs (durch das Modul betroffene)	<ul style="list-style-type: none"> • Fachkompetenz • Methodenkompetenz • Sozialkompetenz • Selbstkompetenz

Modulbezeichnung: Narrating Entrepreneurship

Beitrag des Moduls für Learning Objectives des Studiengangs

Fachkompetenz

- Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte wissen & verstehen
- Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte anwenden, analysieren und verknüpfen
- Theorie- & Praxisrelevante Fachinhalte evaluieren

Methodenkompetenz

- Problemlösung & Kritisches Denken
- Wissenschaftliche Methoden
- Arbeitsmethoden, -techniken & -verfahren
- Nutzung von Informationen
- Kreativität & Innovation

Sozialkompetenz

- Schriftliche Kommunikation
- Mündliche Kommunikation
- Kooperation im Team & Umgang mit Konflikten
- Interkulturalität & Perspektivenübernahme

Selbstkompetenz

- Selbstmanagement & Selbstreflexion
- Ethische & Soziale Verantwortung
- Lernen & Veränderung

Lernziele des Moduls

Die Studierenden...

- sind mit den Kernbegriffen, Konzepten, Prinzipien und Mindsets einer unternehmerischen Kommunikations-Designpraxis vertraut, können diese beschreiben, theoretisch verorten und reflektieren.
- können Kommunikations- und Kollaborationsfähigkeit (Teamgeist) durch die Bearbeitung eigener Entrepreneurial Cases in Projektteams demonstrieren.
- können verschiedene Analyse- und Designpraktiken kennenlernen, erläutern, anwenden und reflektieren.
- können grundlegende Schritte der unternehmerischen Kommunikations-Designpraxis beschreiben, erörtern, umsetzen, analysieren, synthetisieren, bewerten, evaluieren, reflektieren und anpassen (redefinieren).
- können verschiedene Designtechniken und -Tools einsetzen und gebrauchen.
- können Kommunikationsprobleme benennen und prototypische Kommunikations-Designlösungen/-strategien (Lösungsdesigns für den Sprach- und Bildgebrauch) für verschiedene Situationen und Organisationen/Organisationstypen, Öffentlichkeiten und Kontexte entwickeln, benennen und für einzelne Entrepreneurship Akteure und Organisationen reproduzieren.
- können Designlösungen und -strategien in verschiedenen Situationen, Organisationen, Öffentlichkeiten und Kontexten beurteilen und reflektieren.
- können die Bedeutsamkeit der Kommunikations-Designpraxis für das Praxis- und Forschungsfeld Entrepreneurship und Innovation erkennen, beschreiben und reflektieren.

Inhalte des Moduls

- Theoretischer Rahmen: Prinzipien, Mindsets, Praktiken und Techniken (Tools): Entrepreneurial Storytelling und professionelle Kommunikations-Designpraxis in und für unterschiedliche/n Situationen, Organisationen/Organisationstypen, (Teil)Öffentlichkeiten und Kontexte/n; dies im Sinne von "Narrating Entrepreneurship"
- Analysepraktiken: z.B. Entrepreneurial Stories und Messages, Narrations- und Argumentationsmuster, Public & Entrepreneurial Discourses ...
- Designpraktiken und Lösungsdesigns: z.B. Business Model und Entrepreneurial Storytelling Design, Message Design, Medien Design, Content Design, Speech Design, Audience Design, Event Design, weitere Verfahren von Design Thinking und "Kreativer Agilität" - für verschiedene Kommunikationssituationen, -kanäle, -formen und -Genres (z.B. für Business Models, Strategie- oder Medientexte, Konzepte, Concept Maps, digitale Plattformen/Genres wie z.B. Web, Blog, Social Media, App, Pitches, Talks, Präsentationen, Events, Slams, weitere Formen mündlicher, schriftlicher bzw. multimodaler Kommunikation und Handlungsfelder der Kommunikation wie externe und interne Kommunikation, Change Communication, Community Communication, Eventkommunikation usw.).
- Analysetool: MAXQDA für qualitative Datenanalyse; Designtools, z.B. Prototyping-Tools wie Canva, Adobe Indesign; Nutzung von AI-Tools ...

Modulbezeichnung: Narrating Entrepreneurship

Verknüpfung zu anderen Modulen

Das Modul weist eine Verknüpfung zu folgenden Modulen auf:

- w.MA.XX.IVLAB1.20HS
- w.MA.XX.SMI.20HS
- w.MA.XX.VCEF.20HS
- w.MA.XX.RDE-IE.23HS

Digitale Lernressourcen

- Reader
- Folien, digitale Design- und KI-Tools

Unterrichtsmethoden

- Forschendes Lernen
- Problemorientierter Unterricht
- Lehrgespräch
- Lehrvortrag
- Projektarbeit
- Reflective Practice

Eingesetzte Sozialformen:

- Gruppenarbeit

Unterrichtsgliederung

	Kontaktstudium	Begleitetes Studium	Autonomes Selbststudium
Vorlesung	-	-	
Übung	-	-	
Projektarbeit	-	26 h	
Seminar	28 h	-	
Total	28 h	26 h	36 h

Leistungsnachweise

Modulendprüfung	Form	Dauer (Min.)	Gewichtung	
-				
Hilfsmittel				
Andere	Bewertung	Format	Dauer (Min.)	Gewichtung
Schriftliche Arbeit	Note	Gruppenarbeit	0	60.00
Referat/mündliche Präsentation	Note	Gruppenarbeit	30	40.00

Präsenzverpflichtung im Kontaktstudium

Andere

Ja, gemäss den im Semesterprogramm kommunizierten Daten.

Modulbezeichnung: Narrating Entrepreneurship

Pflichtliteratur

- Aakhus, M. (2007). Communication as Design. Communication Monographs, 74 (1), S. 112-117.
- Borghoff, B. (2017). Entrepreneurial Storytelling: Narrative Praktiken und Designstrategien in der Projekt- und Organisationsentwicklung. In: Perrin, D. & Kleinberger, U. (Hrsg.): Doing Applied Linguistics. Enabling Transdisciplinary Communication, S. 175-184. Berlin/Boston: De Gruyter Collection.
- Hjorth, D. & Steyaert, C. (2004). Narrative and discursive approaches in entrepreneurship. Cheltenham: Edward Elgar. ISBN 1845424271.
- Borghoff, B. (2023). Entrepreneurial Storytelling - Business in Geschichten verdichten. In: zfo Zeitschrift Führung + Organisation. Fokus: Leadership und Kommunikation (02/2023), S. 101-105. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Bendel Larcher, S. (2015). Linguistische Diskursanalyse. 1. Auflage. Tübingen: Narr Francke Attempto. ISBN 3823368680.
- Reader auf Moodle mit Textauszügen aus u.a. ...
- Wiedemann, T. & Lohmeier, C. (2019). Diskursanalyse für die Kommunikationswissenschaft: Theorie, Vorgehen, Erweiterungen. 1 Auflage. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden. . ISBN 9783658251857.
- Boje, D. (2008). Storytelling organizations. Los Angeles: Sage. ISBN 1412929776.
- Neuhold, E. & Borghoff, B. (2025). Non-Cognitive Competencies and Holistic Creative Reflection Skills as Genuine Human Approaches to Compassionate Leadership in Times of BANI and AI. In: Sharma, T. & Talapatra, J. & Taskesen, S. (Hrsg.): Compassionate Organizations in BANI times, 1 Auflage. S. tbd. Singapore: Springer Nature.
- Borghoff, B. (2018). Entrepreneurial Storytelling as Narrative Practice in Project and Organizational Development. In: Innerhofer, E., Pechlaner, H. & Borin, E. (Hrsg.): Entrepreneurship in Culture and Creative Industries. FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship, S. 63-83. Cham: Springer.
- Stücheli-Herlach, P. (2018). Wertschöpfung als Wortschöpfung: Zur Modellierung des Sprachgebrauchs in der strategischen Organisationskommunikation. In: Christoph, C. & Schach, A. (Hrsg.): Handbuch Sprache in den Public Relations. Theoretische Ansätze – Handlungsfelder – Textsorten, S. 117-134. Wiesbaden: Springer.
- Stücheli-Herlach, P. (2018). Message Design: der Prozess zur wirkungsvollen Botschaft einer Organisation. In: Schach, A. & Christoph, C. (Hrsg.): Handbuch Sprache in den Public Relations : theoretische Ansätze – Handlungsfelder – Textsorten, S. 171-190. Wiesbaden: Springer.
- Borghoff, B. (2021). Why writing poems is essential for entrepreneurs and academics with a multiperspective perception : reflections of an inter- and transdisciplinary researcher, lecturer, entrepreneur, coach and poet. Organizational Aesthetics, 10 S. 21-30.
- Stücheli-Herlach, P. & Perrin, D. (2013). Schreiben mit System: Texte planen, entwerfen und verbessern für die medienkonvergente PR. In: Stücheli-Herlach, P. & Perrin, D. (Hrsg.): Schreiben mit System: PR-Texte planen, entwerfen und verbessern, S. 15-38. Wiesbaden: Springer.

Ergänzende Literatur

- Bezug von und Verweise auf Vertiefungsliteratur in den Seminarfolien

Modulbezeichnung: Narrating Entrepreneurship

Bemerkungen

Anforderungen an die Studierenden:

- Notwendigkeit und Bereitschaft, eigene bereits existierende bzw. neue Entrepreneurial Cases (z. B. Business Idee, Projekt, bevorstehendes Event, zu gründendes Startup, bestehendes Business, neues Produkt oder Fallbeispiel aus einem aktuellen organisationalen Wirkungsfeld) zur Bearbeitung in diesem Seminar zur Verfügung zu stellen
- Neugier und Freude an der Entwicklung und Bearbeitung kommunikativer, diskursiver Frage- und Problemstellungen im Praxis- und Forschungsfeld Innovation Design und Entrepreneurship
- Offenheit für kreativ-agile, spielerische und systematische Herangehensweisen und ggü. den anderen Studierenden
- Experimentierfreude
- Out-of-the-box-Denken, vernetzendes, kritisches, spekulatives und unkonventionelles Denken
- Freude an und Mut zu permanenter Selbstreflexion (Reflection on Action)

Unterrichts- und Prüfungssprache:

Deutsch; Diskussionen, Reflexionen, mündliche Präsentationen und schriftliche Projektarbeiten sind je nach Fragestellung und zu bearbeitenden Entrepreneurial Cases auch in englischer Sprache möglich.