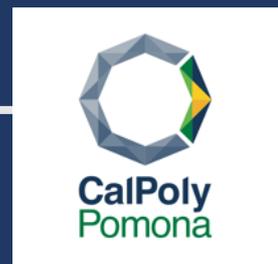




Lifestyle, Leisure, Label & Luxury Management *Programmhandbuch*



ZEITLICHER ABLAUF

MO 17.10.22

18:00 - 19:30 Uhr

Introduction to 4-L- Framework

19:45 - 21:00 Uhr

Digital & Analog Leisure Management

In der ersten Vorlesung stellen wir unser neu etabliertes 4-L-Framework vor, welches für Lifestyle, Leisure, Label & Luxury Management steht.

Die zweite Hälfte dieses Kurses konzentriert sich auf das Leisure Management, wobei vor allem digitale Trends wie E-Sports und Gaming, aber auch traditionelle Freizeitaktivitäten behandelt werden. Besonderes Augenmerk wird dabei auf disruptive Geschäftsmodelle unter VUCA-Bedingungen gelegt, die einer volatilen, unsicheren, komplexen und mehrdeutigen Umgebung ähneln. Mit Themen wie dem Hybrid Marketing & Retailing werden Merkmale der alten und der neuen Normalität verkörpert.

MO 24.10.22

18:00 - 19:30 Uhr

Sustainable Fashion Management

19:45 - 21:00 Uhr

Luxury Business Models & Theories

Der zweite Track startet mit dem nachhaltigen Modemanagement und widmet sich den Unterschieden zwischen Fast und Slow Fashion anhand interessanter Praxisbeispiele aus der Branche. Nach dem Exkurs in die Praxis liegt der Schwerpunkt auf der Theorie, indem Geschäftsmodelle und wichtige Prinzipien des Luxusmanagements vorgestellt werden. Mit dem Business Model Canvas analysieren und visualisieren wir bestehende und neue Geschäftsmodelle. Darüber hinaus werfen wir einen Blick auf die verschiedenen Facetten von kulturell gebundenen und sozial eingebetteten Luxusgütern.

MO 31.10.22

18:00 - 19:30 Uhr

From Lifestyle 2 Health style

19:45 - 21:00 Uhr

Brand Retailing & Sales

Im dritten Teil werden wir in das Lifestyle-Management eintauchen und analysieren wie es sich nach und nach zu einem nachhaltigen Lebensstil entwickelt. Die zweite Hälfte dieses Kurses befasst sich mit der letzten Säule des 4-L-Frameworks, dem Label Management. Hier werfen wir einen Blick auf Marken-Retailing- und Vertriebsstrategien sowie nachhaltige Markenführung. Diese Vorlesung beinhaltet ebenfalls die moralischen Aspekte der Nachhaltigkeit und zeigt auf wie man eine Balance zwischen Moral und Monetarisierung finden kann, im Sinne einer nachhaltigen Markenführung.

MO 07.11.22

18:00 - 19:30 Uhr

Final Academic Battle

19:45 - 21:00 Uhr

Group – Presentations

Die abschließende Gruppenpräsentation bildet den Höhepunkt, da die Gruppen aufgefordert sind, ihre Ergebnisse aus Sicht eines Unternehmensberaters dem kritischen Publikum zu präsentieren. Aufgabe ist es einen realen Business Case im Rahmen des 4-L-Frameworks zu lösen. Wir laden die Gruppen ein, kritische Einblicke und zukünftige Wege zur nachhaltigen Wertschöpfung im Hinblick auf die 4 L darzustellen.



Über dieses Programm

Das 4-L-Framework bringt die Bereiche Luxus, Label, Freizeit und Lifestyle zusammen, um entlang der globalen Wertschöpfungskette ein neues kommerzielles Ökosystem nachhaltiger Wertschöpfung und bewussten Konsums zu gestalten. Vor dem Hintergrund der Pandemie, des Klimawandels, der Digitalisierung, des demografischen Wandels und einer neuen mentalen Ordnung der Zielgruppen zielt dieser Kurs auf folgende Themen ab:

- Die Überarbeitung und Verbesserung von alten und eingefahrenen Geschäftsmodelle
- Förderung eines strategischen Prozesses
- Innovation und Paradigmenwechsel
- Bereitstellen einer theoretischen Grundlage für das 4-L-Framework
- Präsentation und Diskussion von Business Cases und institutionelle Vorbilder
- Anwendung von Marketing, Management und Ökonomie auf das 4-L-Framework
- Entwerfen und Definieren prospektiver Szenarien für das 4-L-Framework
- Die Ausrichtung der jeweiligen Säulen des 4-L-Frameworks auf Nachhaltigkeit

Anforderungen

Dieser Studiengang richtet sich an junge Menschen, die sich für Mode und Lifestyle interessieren und Möglichkeiten suchen, sich in einem internationalen Kontext mit anderen Menschen auszutauschen und gemeinsam zu lernen. Um den Kurs erfolgreich zu bestehen und das Abschlusszertifikat zu erhalten, sollten die Studierenden:

- offen sein für interkulturelle Lernprozesse und bereit, neue Perspektiven zu entdecken
- Bereitschaft zeigen, in internationalen Teams zu arbeiten
- aktiv an allen Seminaren teilnehmen und während der gesamten Seminarzeit anwesend sein (mit Ausnahme von entschuldigten Fehlzeiten)
- in der Lage sein, gemeinsam an einer abschließenden Gruppenpräsentation eines realen Business Cases zu arbeiten

Strategische Ausrichtung

1. Nachhaltige Strategien und Geschäftsmodelle für die 4 L
2. Definition und Gestaltung von disruptiven Strategien und Unternehmen
3. Nutzung der Kraft der Digitalisierung, Globalisierung und Personalisierung
4. Förderung von Design Thinking als Mittel, um kreativ zu werden
5. Antizipation von Trends und wegweisenden Entwicklungen
6. Die perfekte Balance zwischen Moral und Monetarisierung, zwischen Stakeholdern und Aktionären, zwischen Kunden und Konsum
7. Think global, but act local: Standardisierung vs. Differenzierung entlang von Märkten und Wertschöpfungsketten
8. Angleichung der Imperative der dritten, zweiten und ersten Welt
9. Gefährdete Wertschöpfungsketten und Lieferströme: Renationalisierung, Insourcing und vertikale Integration als strategische Optionen?
10. Herausforderung der globalen Ökonomie nahtloser Daten, Transaktionen und Prozesse: Wie kann man Strategien gegen Risiken und Störungen innerhalb einer neuen Normalität der Unordnung entwickeln?
11. AMLEG-360-degree navigation: Smart administration, management, leadership, entrepreneurship and governance

**BEWERBEN SIE SICH JETZT MIT EINER E-MAIL AN:
hasibur.rahman@uni-potsdam.de**

Bitte stellen Sie sich in der E-Mail kurz vor und geben Sie Ihre Matrikelnummer, sowie Ihren Studiengang an.
Bewerbungsschluss ist der 12.10.2022



Über das Team in Potsdam

Lehrender Professor



Christopher Rasche

(Dr. rer. pol. habil., Universitätsprofessor)

Tel: +49 171 9511193

Email: christoph.rasche@unipotsdam.de

Nach Abschluss des Abiturs in Minden und der Ableistung des Grundwehrdienstes folgte ein Studium der Sportökonomie an der Universität Bayreuth. Als wissenschaftlicher Mitarbeiter und Assistent promovierte Herr Rasche bei [Prof. Dr. Heymo Böhler](#) (Professur für Marketing an der Universität Bayreuth). Anschließend folgte Herr Rasche dem Angebot in die freie Wirtschaft als angestellter Berater bei der Unternehmensberatung Droege & Comp. AG in Düsseldorf. Mit der Rückkehr als wissenschaftlicher Assistent an die Universität Bayreuth erfolgte dort die Habilitation auf dem Gebiet des "Strategischen Managements". 2001 nahm er dann den Ruf an die Universität Potsdam an und etablierte den Arbeitsbereich Management, Professional Services und Sportökonomie. Herr Rasche war lange Jahre Geschäftsführender und Stv. GF-Leiter des Instituts für Sportwissenschaft, ist Gründungsvorstand des gmp - General Management Institute Potsdam e.V., Mitglied im Institut für Management und Organisation (IMO) e.V. und im Arbeitskreis Sportökonomie sowie Mitherausgeber in den Schriftenreihen "Leadership" und "Strategisches Kompetenzmanagement" sowie aktiver Marathonläufer, Ruderer und Triathlet. Professor Rasche ist Vizepräsident des IfK Potsdam e.V, Vorsitzender des Prüfungsausschusses im WiB e.V. und Wissenschaftlicher Beirat im Deutschen Institut für Beratungswissenschaften (diBew). Er übte u.a. Gastprofessuren an den Universitäten Innsbruck und Alcalá de Henares aus und ist Mitglied der Humanwissenschaftlichen Fakultät und der WISO-Fakulät. Zudem verfügt er über enge Kontakte zur Politik und Wirtschaft in seiner Funktion als Unternehmensberater, Jury Mitglied, Business Coach und Invited Speaker. Professor Rasche ist Architekt mehrerer innovativer Weiterbildungsformate und dabei, die *Berlin Advisory Group - Consulting, Coaching, Counseling* als Start-up im Beratungsmarkt zu etablieren.

Mitarbeiter der Fakultät



Louisa von der Assen
**Wissenschaftliche
Mitarbeiterin**

Email: louisa.assen@unipotsdam.de



Mariana Kobak
**Wissenschaftliche
Hilfskraft**

Email: mariana.kobak.1@unipotsdam.de



Hasibur Rahman
**Wissenschaftlicher
Hilfskraft**

Email: hasibur.rahman@unipotsdam.de

Über das Team in Pomona



Peter Kilduff, Ph.D

*Associate Dean/Professor, Department of Apparel
Merchandising and Management, Huntley College of Agriculture*

Email: pkilduff@cpp.edu



Chitra S. Dabas, Ph.D

*Professor and Graduate Program Director, Department of
Apparel Merchandising and Management, Huntley College of
Agriculture*

Email: csdabas@cpp.edu



Ann-Kristin Erdmann-Burt

Visiting Professor at Cal Poly Pomona

Email: aerdmann@cpp.edu