

Bitkom Management Club

Executive Management- und
Mentoringprogramm

2026 – 2027

www.esmt.berlin
www.bitkom-akademie.de



Bitkom Management Club – Executive Management- und Mentoringprogramm

In Kooperation mit der [European School of Management and Technology \(ESMT Berlin\)](#)

Der Bitkom Management Club ist eine Initiative des Bitkom, die seit 2010 die künftige Führungselite der ITK-Branche auf ihre Aufgaben vorbereitet. In Zusammenarbeit mit der ESMT Berlin erhalten Führungskräfte ein umfangreiches Weiterbildungsprogramm, das sich unter anderem auf strategische Führung, unternehmerisches Handeln, Kommunikation sowie Change Management fokussiert. Neben den theoretischen Inhalten vermitteln Top-Führungskräfte aus der Digitalwirtschaft in einem Tandemmodell nützliches Wissen und praktische Erfahrungswerte.

Mentoring					
Prep	Modul 1	Modul 2	Modul 3	Modul 4	Alumni
Selektionsprozess Vorbereitung	Strategie, Innovation und Unternehmertum, Entscheidungsfindung Zuordnung der Mentorinnen und Mentoren	Wirtschaftsethik, Nachhaltigkeit und ESG, Trends im Vertrieb sowie Analytics und KI	Leading with Networks, Leading across Boundaries, Verhandlungsführung	Veränderungen initiieren, Executive Presence und Kommunikation, Einflussnahme	Weiterer Austausch mit den Mentorinnen und Mentoren sowie anderen Alumnis
Peer Coachings Case in Points Learning Nuggets Reflexion und Transfer					

Inhalte

Die praktischen Einblicke durch das einzigartige Mentoring werden von der Vermittlung der theoretischen Grundlagen flankiert. Auf diese Weise werden die Programmteilnehmenden optimal auf ihre kommenden Aufgaben vorbereitet. Gemeinsam haben der Bitkom und die ESMT Berlin ein integratives Konzept erarbeitet.

In vier Modulen werden folgende Kernkompetenzen vermittelt:

- Strategie, Innovation und Unternehmertum, Entscheidungsfindung
 - Business Ethik, Nachhaltigkeit und ESG, Vertrieb und Analytics und KI
 - Leading with Networks, Leading across Boundaries, Verhandlungsführung
-
- Veränderungen initiieren, Executive Presence und Kommunikation sowie Einflussnahme

Im Rahmen des Programms durchlaufen die Teilnehmenden vier Präsenzmodule sowie intramodulare Peer Coachings und Follow-Ups. Im integrierten Mentoring-Programm werden die Executives von erfahrenen Managerinnen und Managern individuell begleitet. Zahlreiche Persönlichkeiten aus dem Präsidium und dem Hauptvorstand des Bitkom sowie aus namhaften Mitgliedsunternehmen engagieren sich im Mentoring-Programm des Bitkom Management Club. Eine Übersicht der Mentorinnen und Mentoren der vergangenen Jahre gibt es [hier](#).

Zielgruppe

Der Bitkom Management Club richtet sich an Executives, die bereits Führungserfahrungen haben und nun gezielt bei ihren zukünftigen Aufgaben in der Digitalwirtschaft unterstützt werden sollen.

Die Bewerbungsfrist für den Bitkom Management Club endet am **15.09.2026**.

Um eine größtmögliche Diversität gewährleisten zu können, findet ein ausführlicher Auswahlprozess statt. Die Bewerbungsunterlagen beinhalten:

- Lebenslauf
- ein kurzes Video (max. 2 Min.), in dem die aktuelle Tätigkeit im Unternehmen sowie die Motivation beschrieben werden.

Abschluss

Der Abschluss des Bitkom Management Club erfolgt in einer feierlichen Verleihung eines ESMT Zertifikats und eines Zertifikats des Bitkom.

Teilnahmegebühr

Der Teilnehmerpreis beträgt 17.000 EUR zzgl. USt., exkl. Reise- und Übernachtungskosten.

Bitkom Management Club

– Veranstaltungen und

Veranstaltung	Inhalte	Termin
Modul 1 Strategie, Innovation und Unternehmertum, Entscheidungsfindung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Strategisches Management als Führungsaufgabe (Wachstums- und Wettbewerbsstrategie) ■ Innovationsbarrieren, Innovationsportfolio und Innovationsentscheidungen, unternehmerisches Denken und Handeln ■ Elemente einer guten Entscheidung sowie Biases in der Entscheidungsfindung 	12. – 14. Oktober 2026
Modul 2 Wirtschaftsethik, Nachhaltigkeit und ESG, Trends im Vertrieb sowie Analytics und KI	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wirtschaftsethik, Unternehmensverantwortung und Ethikfragestellungen bei der Digitalisierung ■ Nachhaltigkeitsherausforderungen und Wesentlichkeitsanalyse, zirkulare Wertschöpfung als Hebel für nachhaltige Unternehmensstrategie ■ Neue Rollen im Vertrieb, Einfluss von KI und Analytics auf Vertriebsentscheidungen 	14. – 16. Dezember 2026
Modul 3 Leading with Networks, Leading across Boundaries, Verhandlungsführung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Entwicklung einer Führungsvision sowie Führung durch Netzwerke ■ Führen über Silos hinweg sowie übergreifende Führung und Zusammenarbeit in alle Richtungen innerhalb einer Organisation ■ Arten von Verhandlungen und Verhandlungsstile 	17. – 19. März 2027
Modul 4 Veränderungen initiieren, Executive Presence und Kommunikation, Einflussnahme	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adaptive Veränderungen verstehen und führen ■ Kommunikation als Führungskraft, Präsenz und Wirkung, Storytelling ■ Einflussnahme ausüben auch ohne formale Autorität ■ Zertifikatsübergabe und feierlicher Ausklang 	28. – 30. Juni 2027
Alumni	<ul style="list-style-type: none"> ■ Formale und informelle Alumni-Treffen und Einladungen zu Bitkom Events 	fortlaufend

Modul 1

Strategie, Innovation und Unternehmertum, Entscheidungsfindung

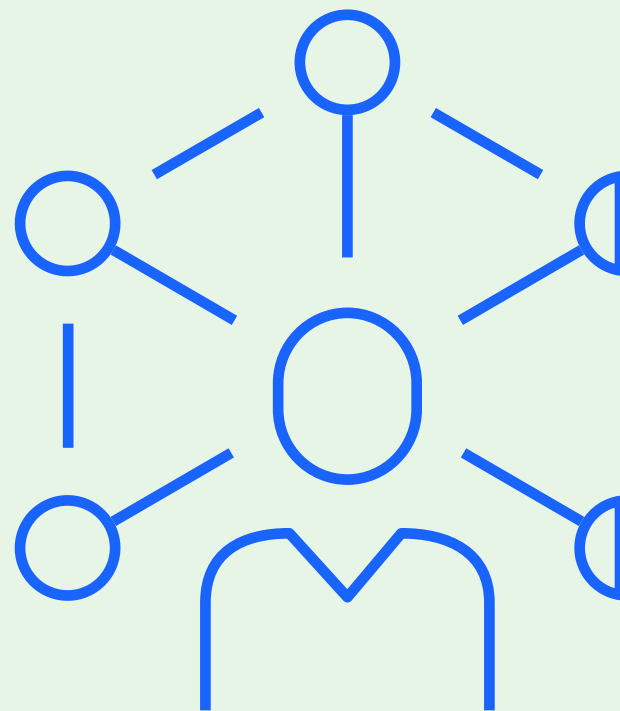
Zukunft gestalten: Strategisch entscheiden, innovativ führen, unternehmerisch handeln

Ziele und Inhalte

Die Teilnehmenden beschäftigen sich mit den zentralen Fragen erfolgreicher Unternehmensführung im digitalen Zeitalter: Wie entsteht ein nachhaltiger Wettbewerbsvorteil, und wie wird Strategie zur Führungsaufgabe? Sie lernen, Chancen frühzeitig zu erkennen, Risiken zu vermeiden und das eigene Geschäftsmodell konsequent am Kundennutzen auszurichten.

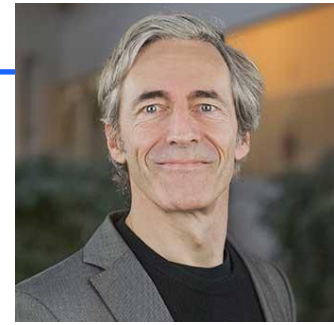
Ein Schwerpunkt liegt auf Innovation als Motor für Wachstum. Die Teilnehmenden erfahren, wie sie Innovationsbarrieren überwinden, eine kreative Kultur fördern und durch unternehmerisches Denken neue Marktchancen erschließen können. Sie lernen, Innovationsstrategien und -portfolios gezielt einzusetzen und durch agile Strukturen nachhaltige Veränderung zu ermöglichen. So werden Innovation und Strategie wirkungsvoll miteinander verknüpft.

Was macht eine gute Entscheidung aus – und wie treffe ich sie? In interaktiven Diskussionen mit den Referierenden wird gemeinsam erarbeitet, welche Merkmale eine fundierte Entscheidung auszeichnen und wie diese in der Praxis getroffen werden können. Dabei wird besonderes Augenmerk darauf gelegt, auch bei unterschiedlichen Meinungen innerhalb des Teams zu einer tragfähigen und effektiven Lösung zu gelangen.



Ihre Referenten

Martin Kupp ist Professor für Unternehmertum an der ESCP Europe, Paris und Gastprofessor an der ESMT Berlin. Davor arbeitete er viele Jahre als Program Director an der ESMT und als Lehrbeauftragter und Research Assistant an der Universität Köln, wo er außerdem seinen Dokortitel erlangte. Sein Fokus in Forschung und Lehre liegt auf strategische Innovation, Entrepreneurship, Lean StartUp, Strategie und organisationaler Kreativität. Martin Kupps jüngste Veröffentlichungen erschienen im California Management Review, MIT Sloan Management- Review, Business Strategy Review, Info Journal, Financial Times, The Economist, The Economic Times of India und der Wall Street Journal. Er trat als Geschäftskommentator auf CNBC auf und spricht häufig bei Konferenzen und Veranstaltungen.



Prof. Dr. Martin Kupp

Visiting Professor | ESMT Berlin
Professor für Entrepreneurship | ESCP
Europe, Paris



Dr. Bianca Schmitz

Dozentin und Director Knowledge
Transfer | ESMT Berlin

Bianca Schmitz ist Dozentin an der ESMT Berlin und Director of Knowledge Transfer im Bringing Technology to Market (BTM) Center. Seit März 2022 ist sie zudem Mitglied des Aufsichtsrates der TÜV NORD AG.

Ihre Forschungsergebnisse wurden in Fachzeitschriften wie Industrial Marketing Management, Journal of Business & Industrial Marketing und Journal of Family Business Management veröffentlicht. Über die akademische Forschung hinaus hat Bianca eine Reihe von Fallstudien bei Harvard Business Publishing sowie Managementartikel über Hidden Champions und digitale Transformation in Zeitschriften wie European Business Review oder Forbes veröffentlicht.

Christoph Burger ist Senior Lecturer an der ESMT Berlin und Faculty Lead aller MBA Programme der ESMT. Vor seinem Eintritt in die ESMT Berlin war er fünf Jahre beim Otto Versand beschäftigt und als Vice President bei der Bertelsmann Buch AG, fünf Jahre bei der Beratungspraxis Arthur D. Little und fünf Jahre als unabhängiger Berater mit Schwerpunkt Private Equity-Finanzierung von KMU tätig. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Energiesektor / Innovation / Blockchain und Entscheidungsfindung / Verhandlung. Er ist Mitautor der dena / ESMT Studie zur »Blockchain im Energiewandel«, des »ESMT Innovation Index – Electricity Supply Industry« und des Buches »The Decentralized Energy Revolution – Business Strategies for a New Paradigm«.



Christoph Burger

Senior Lecturer | ESMT Berlin
Faculty Lead | MBA Programs

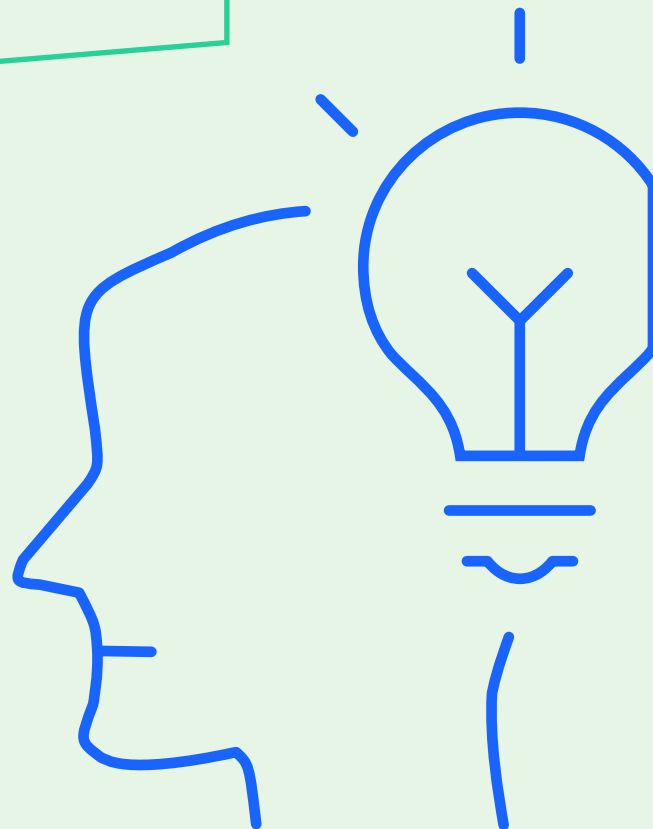
Modul 2

Wirtschaftsethik, Nachhaltigkeit und ESG, Trends im Vertrieb sowie Analytics und KI

Werte schaffen: Ethik, Nachhaltigkeit und datengetriebene Vertriebsstrategien

Ziele und Inhalte

Am ersten Tag steht die Auseinandersetzung mit ethischen Fragestellungen auf verschiedenen wirtschaftlichen Ebenen im Fokus. Die Teilnehmenden lernen, Konzepte und Werkzeuge kennen, die dabei helfen, ethische Herausforderungen zu identifizieren und fundiert zu bewältigen. Ziel ist es, Managemententscheidungen und Unternehmen kritisch aus der Perspektive unterschiedlicher Interessengruppen zu reflektieren und ihre Bedeutung für die eigene Entscheidungsfindung einzuschätzen. Der zweite Tag widmet sich der zunehmenden Bedeutung von Nachhaltigkeit für die Unternehmensreputation und den Geschäftserfolg. Themen wie Circular Economy, ethisches Verhalten und nachhaltige Strategien, die besonders seit der Corona-Pandemie an Relevanz gewonnen haben, werden eingehend diskutiert. Am dritten Tag rücken persönliche Vertriebsstrategien sowie die wachsende Rolle von Digitalisierung und neuen Vertriebskanälen und -rollen in den Mittelpunkt. Zusätzlich werden wir die Unterschiede und Anwendungen von Analytics und Künstlicher Intelligenz betrachten und deren Einfluss auf den modernen Vertrieb analysieren.



Ihre Referenten

Urs Müller ist Gastdozent an der ESMT Berlin und Associate Professor of Practice an der SDA Bocconi in Mailand. Er hat 15 Jahre Erfahrung in der Strategieberatung und Führungskräfteentwicklung in Europa, im Mittleren Osten und in Asien. Sein Fokus in Forschung und Lehre liegt auf Wirtschaftsethik, Change Management und Strategie. Urs Müller ist Autor und Co-Autor von zahlreichen preisgekrönten und best-selling Fallstudien in den oben genannten Bereichen. Zudem schreibt er regelmäßig Beiträge und Kommentare in Management-Veröffentlichungen und den Medien.



Prof. Dr. Urs Müller

Affiliate Program Director | ESMT Berlin
Associate Professor of Practice | SDA
Bocconi



Christian Rudolph

Business Designer | Partner | co:dify
Group

Mit einem akademischen Hintergrund in Unternehmensführung und Wirtschaft liegt Christians Hauptaugenmerk auf dem Gebiet der Innovation und strategischen Vorausschau. Seit 2009 hat er an zahlreichen Projekten zur Kreislaufwirtschaft mit Unternehmen wie Philips Design, Audi, BASF oder Fairphone mitgewirkt. Als externer Berater und Kreislaufwirtschaftsexperte arbeitet er auch mit (akademischen) Institutionen wie ClimateKIC und der Europäischen Kommission (Horizon 2020) zusammen.

Johannes Habel ist Associate Professor of Marketing an der University of Houston. Seine Arbeitsschwerpunkte sind die digitale Transformation der Vertriebsfunktion sowie die Verkaufspsychologie.

Seine Forschungsergebnisse wurden in einigen der renommiertesten akademischen Marketingzeitschriften der Welt veröffentlicht, darunter das Journal of Marketing, das Journal of the Academy of Marketing Science und das International Journal of Research in Marketing. Er ist Prüfer für das Journal of the Academy of Marketing Science sowie für das Journal of Personal Selling and Sales Management. Neben der akademischen Forschung hat Johannes Fallstudien mit Harvard Business Publishing und The Case Centre sowie Artikel aus dem Bereich Management mit Zeitschriften wie Harvard Business Manager und European Business Review veröffentlicht.



Prof. Dr. Johannes Habel

Visiting Professor | ESMT Berlin
Associate Professor of Marketing |
University of Houston | C.T. Bauer
College of Business

Modul 3

Leading with Networks, Leading across Boundaries, Verhandlungsführung

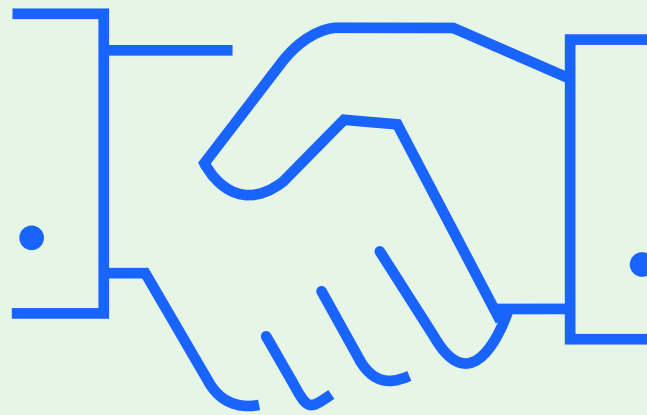
Erfolgreich führen: Netzwerke stärken, Silo-übergreifend führen und effektiv verhandeln

Ziele und Inhalte

Am ersten Tag entwickeln die Teilnehmenden ihre persönliche Führungsvision und analysieren ihre strategischen und operativen Netzwerkprofile. Der Fokus liegt darauf, das eigene Führungsverhalten zu reflektieren und auf die Herausforderungen moderner Organisationen abzustimmen.

Am zweiten Tag diskutieren die Teilnehmenden Chancen und Herausforderungen in »boundaryless« Organisationen. Sie lernen, wie sie in flexiblen Strukturen notwendige Grenzen erkennen und produktiv nutzen. Die Teilnehmenden erarbeiten Strategien, um Konflikte durch Rollenüberlappungen oder Interessensgegensätze konstruktiv zu lösen und die Zusammenarbeit zu stärken.

Der dritte Tag widmet sich der Kunst des Verhandeln. Die Teilnehmenden lernen, komplexe Verhandlungen souverän zu führen. In Live-Verhandlungen schärfen sie ihre Fähigkeiten und vertiefen ihr strategisches sowie konzeptionelles Verständnis, um erfolgreiche Resultate zu erzielen.



Ihre Referenten

Franziska Frank ist seit 2017 Gastdozentin an der ESMT Berlin, war zwischen 2005 bis 2016 an der ESMT Berlin als Programmdirektorin tätig. Zuvor war sie sechs Jahre als Unternehmensberaterin bei der Boston Consulting Group tätig. Sie ist Historikerin und Juristin und zusätzlich ausgebildete MBSR-Lehrerin. In ihrer Forschung und Lehre konzentriert sich Franziska auf die Kunst des Einflussnehmens in all ihren Facetten. Ebenso widmet sie sich den indirekten Formen der Einflussnahme – insbesondere dem achtsamen, bescheidenen Führen (»humble leadership«) und der Frage, wie Achtsamkeit die Führungswirkung



Dr. Franziska Frank

Gastdozentin | ESMT



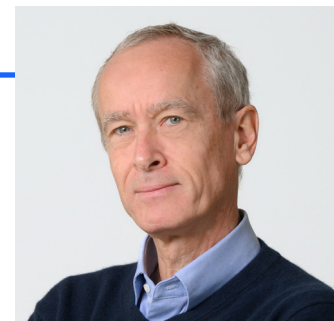
Nora I. Grasselli, PhD

Lecturer in Leadership and Executive Coach | ESMT Berlin

Bevor Nora Grasselli als Lecturer in Leadership an der ESMT Berlin begann, war sie Strategieberaterin der Boston Consulting Group (in Budapest, Paris, Brüssel, London & Kiew) und Dozentin an der HEC Paris, Oxford Saïd, Reims School of Management und der Mitteleuropäischen Universität. Ihr Fokus in Forschung und Lehre liegt auf erfahrungsbasiertem und handlungsorientiertem Lernen, neuen Lernmethoden, Gruppendynamik und Führung.

Nora Grasselli veröffentlichte Artikel in wissenschaftlichen und anwendungsbezogenen Zeitschriften wie *Organization Studies* und *Gérer et*

Christoph Burger ist Senior Lecturer an der ESMT Berlin und Faculty Lead aller MBA Programme der ESMT. Vor seinem Eintritt in die ESMT Berlin war er fünf Jahre beim Otto Versand beschäftigt und als Vice President bei der Bertelsmann Buch AG, fünf Jahre bei der Beratungspraxis Arthur D. Little und fünf Jahre als unabhängiger Berater mit Schwerpunkt Private Equity-Finanzierung von KMU tätig. Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Energiesektor / Innovation / Blockchain und Entscheidungsfindung / Verhandlung. Er ist Mitautor der dena / ESMT Studie zur »Blockchain im Energiewandel«, des »ESMT Innovation Index – Electricity Supply Industry« und des Buches »The Decentralized Energy Revolution – Business Strategies for a New Paradigm«.



Christoph Burger

Senior Lecturer | ESMT Berlin
Faculty Lead | MBA Programs

Modul 4

Veränderungen initiieren, Executive Presence und Kommunikation, Einflussnahme

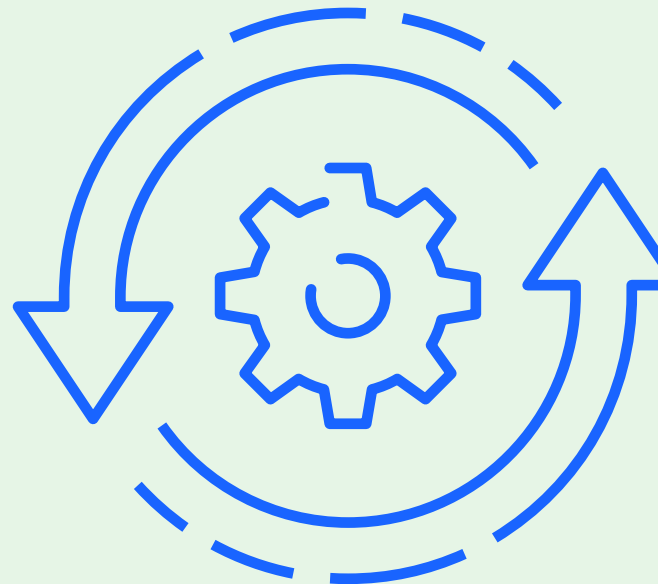
Zukunft gestalten: Veränderungen initiieren,
gezielt kommunizieren und Einfluss nehmen

Ziele und Inhalte

Im vierten Modul diskutieren die Teilnehmenden, wie man Veränderungsinitiativen auf- und umsetzt. Wir analysieren Veränderungsprozesse und deren psychologische, politische und organisatorische Auswirkungen. Die Teilnehmenden lernen, Probleme frühzeitig zu erkennen, Gründe für das Scheitern von Veränderungsinitiativen zu verstehen und Ängste sowie Widerstände gezielt zu überwinden.

Am zweiten Tag liegt der Fokus auf Kommunikationsmechanismen und »Bühnenregeln«. Die Teilnehmenden erhalten das notwendige Werkzeug, um prägnante sowie motivierende Botschaften zu entwickeln.

Der dritte Tag widmet sich dem Thema Einflussnahme. In einer Arbeitswelt, in der Überzeugungskraft wichtiger als formale Macht ist, erhalten die Teilnehmenden Einblicke, wie sie Mitarbeitende motivieren und nachhaltig führen können.



Ihre Referenten

Ulf Schäfer ist Lecturer an der ESMT. Zuvor arbeitete er als Associate Professor of Practice an der SDA Bocconi in Mailand, sowie als Strategieberater bei A.T. Kearney und ist Mitbegründer der Launch Group, war Manager bei DaimlerChrysler und Direktor und Leiter der Strategieberatung bei Sapient. Seine Lehr- und Forschungsschwerpunkte sind Führung, Veränderung und verantwortungsbewusstes Management. Ulf Schäfer hat zahlreiche Forschungen in Top- Management-Zeitschriften sowie Business Cases veröffentlicht.



Prof. Ulf Schäfer, PhD

Senior Lecturer | ESMT Berlin



Maja Mommert

Schauspielerin und Moderatorin

Maja Mommert ist Trainerin und Coach, Moderatorin und Schauspielerin für Unternehmenstheater. Sie ist geschäftsführende Gesellschafterin des Improvisationstheaters frei.wild.

Maja blickt auf Engagements in ganz Europa zurück. Ihre Arbeit beruht auf den Prinzipien der angewandten Improvisation.

Bianca Schmitz ist Dozentin an der ESMT Berlin und Director of Knowledge Transfer im Bringing Technology to Market (BTM) Center. Seit März 2022 ist sie zudem Mitglied des Aufsichtsrates der TÜV NORD AG.

Ihre Forschungsergebnisse wurden in Fachzeitschriften wie Industrial Marketing Management, Journal of Business & Industrial Marketing und Journal of Family Business Management veröffentlicht. Über die akademische Forschung hinaus hat Bianca eine Reihe von Fallstudien bei Harvard Business Publishing sowie Managementartikel über Hidden Champions und digitale Transformation in Zeitschriften wie European Business Review oder Forbes veröffentlicht.



Dr. Bianca Schmitz

Dozentin und Director Knowledge Transfer | ESMT Berlin



Veranstaltungsort

ESMT Berlin
Schlossplatz 1 | 10178 Berlin

Ansprechpartner



Dr. Ralph Diensthuber

Programm Manager
Bitkom Akademie
T 030 27576-332
M +49 (0)175 5848850
r.diensthuber@bitkom-service.



Dr. Bianca Schmitz

Member of the Faculty
ESMT Berlin
M +49 (0)172 301 5775
bianca.schmitz@esmt.



Christoph Burger

Member of the Faculty
ESMT Berlin
M +49 (0)175 955 2130
christoph.burger@esmt.

ESMT Berlin im Überblick

Die ESMT Berlin ist eine der führenden internationalen Business Schools Deutschlands. Sie verbindet wissenschaftlich fundierte Forschung mit praxisorientierter Lehre und bereitet Führungskräfte auf die Anforderungen moderner Unternehmensführung vor.

Am Campus im Herzen Berlins bietet die ESMT Studiengänge und Executive-Education-Programme, die auf strategisches Denken, unternehmerisches Handeln und verantwortungsvolle Führung ausgerichtet sind.

Im Rahmen des Bitkom Management Clubs bringt die ESMT ihre Expertise in die Entwicklung und Durchführung der Weiterbildungsinhalte ein und gewährleistet damit eine fundierte und anwendungsnahe Qualifizierung der Teilnehmenden.

#4

weltweit für maßgeschneiderte Executive Education Programme

Management
u.a. Bitkom
Club

#1

weltweit in der Kategorie »Aims Achieved«

#1

Business School in Deutschland

Top
10

Die jüngste Business School unter den globalen Top 10 der letzten drei Jahre

↗ Financial Times Ranking 2025

Über den Bitkom

Bitkom vertritt mehr als 2.300 Mitgliedsunternehmen aus der digitalen Wirtschaft. Sie generieren in Deutschland gut 200 Milliarden Euro Umsatz mit digitalen Technologien und Lösungen und beschäftigen mehr als 2 Millionen Menschen. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 700 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig, kreieren Content, bieten Plattformen an oder sind in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft.

82 Prozent der im Bitkom engagierten Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, weitere 8 Prozent kommen aus dem restlichen Europa und 7 Prozent aus den USA. 3 Prozent stammen aus anderen Regionen der Welt. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem leistungsfähigen und souveränen Digitalstandort zu machen.