



Digital Business School

Digital-MBA- & Weiterbildungsprogramm der Digital Business School an der HfWU



Hochschule für Wirtschaft & Umwelt (HfWU) / Digital Business School & Institute

- Systemakkreditierte staatliche Hochschule am Standort Nürtingen (bei Stuttgart) mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/ Die ZEIT
- Digital Business School & Institute als Kompetenzzentrum für digitales Management an der HfWU
- Seit Herbst 2018 aufgebaut mit >250 AbsolventInnen/ Studierenden
- 12 ProfessorInnen, 35 DozentInnen aus der Praxis und sieben-köpfiges Organisationsteam



Unser Studien- und Kursangebot

1 Kursmodul (6 ECTS):
32 verschiedene Kurse

2 Kursmodule (12 ECTS):
24 mögliche Kurskombinationen
+ frei wählbares CAS

5 Kursmodule (30 ECTS):
11 Diploma-Fachrichtungen
+ frei wählbares DAS

11 bzw. 12 Kursmodule +
Master-Thesis (90 ECTS)
-> Voraussetzung: Bachelor-
(äquivalenter) Abschluss
-> danach: Berechtigung zur Promotion



+ Zusätzlich Ausbildung zum
„Zertifizierten KI-Manager“
(3 Kursmodule)

Möglichkeit zum
Doppelabschluss mit
zweitem MBA-Grad!

Infos zum engl.-sprachigen
M.Sc. Digital Business
Management unter
www.hfwu.com/dbx

Digital-MBA-Programm Modulübersicht

Kernmodule (für alle Fachrichtungen, 42 ECTS)				
Digital Business Model Innovation		AI Application Workshop *		
Digital Technology & Law		AI & Immersive Web Based Customer Experience Management		
Digital Transformation & Sustainable Change Mgmt.		Design Thinking & User Experience Management		
Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development				
Fachrichtungsmodule (pro Fachrichtung, 30 ECTS)				
Principles of Sustainability Management	Digital Sales & E-Commerce	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Data Management & Visual Analytics	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.
Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Data-based B2B Business Models & Platforms		Web & People Analytics *	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics
Sustainability Marketing	Digital Business Planning, Steering & Valuation			Advanced & Programmatic Digital Marketing
Trend Topics Sustainability Management	Digital HR Management	Digital Controlling & AI Based Process Automation		Social Media, Content & Influencer Marketing
Digital Leadership & Agile Management		Digital Supply Chain Management	Machine Learning & Big Data Analytics	Digital Sales & E-Commerce
4. Semester: Projekt-/ Case Study-basierte Masterarbeit (inkl. Digital Research Seminar, 18 ECTS)				
MBA Digital & Sustainable Management	MBA Digital Business & Leadership	MBA Digital Operations Management	MBA Digital Management & Analytics	MBA Digital Marketing & Sales

Die gewählte Fachrichtung kann bis Ende des 1. Semesters geändert werden

Bis zu 2 Fremdmodule für MBA bei Verfügbarkeit Wechsel der Fachrichtung und Doppelabschluss möglich

Modulhandbuch unter: https://www.hfwu.de/fileadmin/user_upload/DMX/Dokumente/Modulhandbuch_Digital_MBA_-_5_Fachrichtungen_-_EPO_2024.pdf

* von WiSe 25/26 an; bis dahin „Dig. Mark., Strategy, Branding & Camp. Mgmt.“ als Kernmodul statt „AI Application Workshop“ sowie „Web & People Analytics“ nicht als separates Modul

Kernmodule Digitales Management

Digital Business Model Innovation *



- Management disruptiver Ereignisse und Entwicklungen
- Lean Start-Up Approach und Business Model Canvas
- Wert- und Wachstumstreiber für digitale Geschäftsmodelle
- Case Study zu digitalen Geschäftsmodellen

Digital Technology & Law *



- Digitale Vernetzung/ Machine Learning, Blockchain (technische Grundlagen und Use Cases), Web3, AR/VR, autonomes Fahren
- rechtliche Implikationen neuer Technologien
- Datenschutz/ DSGVO und Dateneigentum, Urheber-, Internet- & Social-Media-Recht, Vertragsrecht und künstliche Intelligenz, Haftung, Sicherheit/ Cybersecurity, Risikomanagement



Design Thinking & User Experience Management

Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development



- Idea Generation & Validation
- Such- vs. Planphase
- Skalierung & Vermarktung von Start-Ups/ Innovationen
- Digitale Vermarktungs- und - Kommunikationsstrategien für neue Geschäftsmodelle

AI Application Workshop **



- Potentiale für KI Anwendungen in eigenen Datensätzen und Prozessen erkennen
- Einen Umsetzungsplan für KI Anwendungen aufstellen
- Das Ökosystem für KI Anwendungen verstehen



Digital Transformation & Sustainable Change Management



- Multi-Level Digital Business Model Transformation
- Partizipative Transformation,
- Change Management/ Intrapreneurship
- Umsetzungsbeispiel einer Team Transformation und deren Effekte

AI & Immersive Web Based Customer Experience Management



- Digital Customer Touchpoints u.a. mit KI/ LLMs
- Robotic Process Automation in Marketing und Vertrieb
- Entwicklung von Customer Experience Konzepten
- Konfiguration von Chatbots/ Avataren
- Interaktivität/ Immersivität für die Customer Experience
- Interaktive 3D-Webanwendungen konzipieren lernen



- Design Thinking Methoden
- KI-basierte Ideengenerierung/ -validierung
- Nutzung von Design Thinking Ansätzen in der Produktentwicklung
- User Experience (UX) und User Research
- Durchführung von User Research für eine optimale User Experience

Bis zu 2 Kernmodule können auch mit Fachrichtungsmodulen getauscht werden

* Teilkurse auf Englisch ab SoSe 25 bzw. WiSe 25/26

** von WiSe 25/26 an: „AI Application Workshop“, „Dig. Mark., Strategy, Branding & Camp. Mgmt.“ dann in Fachrichtung Mark. & Sales

Fachrichtung Digital & Sustainable Management

Primäre Zielgruppe

- Unternehmensführung
- Nachhaltigkeitsmanager
- CSR-ExpertInnen
- Digital Business Development
- Innovationsmanagement
- Social (Digital) Entrepreneurs/ Incubators
- Organisations- & Personalentwicklung
- Start-Up-Gründung & -Management
- Coaching & Training
- Unternehmensberatung

Lernziele

- Methoden für Change-Management und Führung in **digitalen und nachhaltigen Transformationen** erlernen
- Entwicklung eines **Managementverständnisses**, das Wirtschaft, Ethik, Umwelt und Digitalisierung verbindet
- Entwicklung eines tiefen Verständnisses für **Nachhaltigkeitsprinzipien und -instrumente**
- Strategien, um **digitale Innovationen** in Geschäftsprozesse zu integrieren & nachhaltige Geschäftsmodelle zu entwickeln

SPEZIAL

MBA & EXECUTIVE MBA

„Profilbildung **HILFT**“

Neuer Studiengang verbindet digitales mit nachhaltigem Management

Die Digital Business School an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) in Nürtingen-Geislingen hat ihr berufs begleitendes „Digital-MBA“-Studienprogramm um die Fachrichtung „Digital & Sustainable Management“ erweitert. Darüber sprach Katrin Starke mit Prof. Stefan Detscher, dem wissenschaftlichen Leiter der Digital-MBA-Studienprogramme der HfWU.

WAMS: Mit der Fachrichtung „Digital & Sustainable Management“ haben Sie Ihren Digital-MBA um eine fünfte Fachrichtung erweitert. Weshalb?
DETSCHER: Die große Transformation in Wirtschaft und Gesellschaft umfasst die digitale und die nachhaltige Trans-

formation. Beides wollten wir in einer Fachrichtung abbilden. Denn das Instrument, um mehr Nachhaltigkeit in Wirtschaft und Gesellschaft zu bringen, ist die Digitalisierung – ob es nun um eine Technologie zur Lieferkettennachverfolgung geht oder um ein Energiemanagement in Produktion und Haushalt zur Reduktion des Kohlendioxidausstoßes. Fachbereiche wie „Sustainable & Innovation Management“ oder „Sustainable Technology Management“ gibt es an einigen deutschen Hochschulen. Für die Ausrichtung auf „Digital & Sustainable Management“ haben wir eine Lücke gesehen – und der Bedarf ist da. Sowohl von Unternehmen als auch von Studierenden gab es große Nachfrage, was nicht überrascht: Immer mehr Unternehmen bauen Sustainable-Management-Bereiche auf. Auf dem Arbeitsmarkt sind die Chancen also bestens.

oder darum, wie Innovationen in Sachen Nachhaltigkeit initiiert und nachhaltige Produkte vermarktet werden können.

WAMS: Mit dieser Ausrichtung wird ein bereits spezialisierter Studiengang noch weiter spezialisiert ...

DETSCHER: Ja, das entspricht auch der Entwicklung am Markt. Vor zehn Jahren gab es viele generalistische MBA-Programme. Geht man heute über eine Master-Messe, findet man fast nur noch spezialisierte MBAs. Das macht aus meiner Sicht auch Sinn. Denn die Leute, die sich für einen MBA entscheiden, haben bereits Erfahrung in der Arbeitswelt und möchten nun Führungsverantwortung übernehmen – und genau da hilft eine Spezialisierung. Der MBA trägt zur Profilbildung bei. Wer sich mit einem spezialisierten MBA-Abschluss um einen Posten im Management bewirbt, kann mit exakt auf die Stelle zugeschnittenem Know-how punkten.

WAMS: Arbeiten die Studierenden während des berufs begleitenden Studiums weiter in Vollzeit?

DETSCHER: Die meisten haben 100-Prozent-Stellen. Die Unternehmen wollen nicht auf ihre Fachkräfte verzichten. Die Studierenden selbst wollen das auch – nicht zuletzt aufgrund gestiegener Lebenshaltungskosten. Für den Studiengang sind pro Semester 4.750 Euro fällig, insgesamt 19.000 Euro. Dazu kommt die Prüfungsgebühr von 200 Euro. Die Hälfte unserer Studierenden sind Selbstzahler. Die andere Hälfte bekommt vom Arbeitgeber eine Teil- oder Vollförderung.

WAMS: Ein Studium „nebenbei“ kann sehr kräftezehrend sein ...

DETSCHER: Durchhaltevermögen ist schon erforderlich. Da ist das Studium bereits eine gute Schule in Sachen Stress- und Zeitmanagement. Außerdem unterstützen wir durch Beratungen und persönliche Coachings. Und: Ohne Mehrkosten kann das auf vier Semester angelegte Studium auf bis zu sieben Semester ausgedehnt werden. Gerade junge Eltern nutzen dieses Angebot gern.

Welt am Sonntag, 06.10.24

Fachrichtungsmodulare Digital & Sustainable Management

Principles of Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

- Konzept der Nachhaltigkeit verstehen
- Einführung von Nachhaltigkeitsmanagement und -berichterstattung
- Nachhaltigkeitsstrategie
- GRI/ Nachhaltigkeitsberichterstattung

Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

- Anwendung moderner Innovationsmethoden
- Grundlagen von Entrepreneurship und Startup anwenden
- Organisationen planen und gestalten (z.B. BMC)
- Geschäftsmodelle kommunizieren (z.B. Pitch)

Sustainability Marketing



Lernziele/ -inhalte:

- Die Bedeutung des Nachhaltigkeitsmarketings für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement erkennen
- Modelle und Konzepte des Nachhaltigkeitsmarketings

Trend Topics Sustainability Management



Lernziele/ -inhalte:

- Bedeutung der behandelten Trendthemen für erfolgreiches Nachhaltigkeitsmanagement erkennen
- Trendthemen auf die Erfordernisse von Organisation und Unternehmen transferieren

Digital Leadership & Agile Management



Lernziele/ -inhalte:

- Agile Führungs- & Steuerungssysteme (OKR, Multipliers, Topgrading)
- Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitern in/ für agile Unternehmensumfelder
- Agiles (Projekt-)Management
- New Work Management-Ansätze

Fachrichtung Digital Business & Leadership



Primäre Zielgruppe

- Digital-Strategie & -Berater
- Unternehmensführung
- Digital Business Development
- Innovationsmanagement
- Corporate Entrepreneurs / Incubators
- Start-Up-Gründung & -Management
- Agiles Projekt-, Produkt- & Prozessmanagement
- Organisations- & Personalentwicklung
- Coaching & Training
- HR-Strategie & -Management
- Recruiting & Employer Branding

Lernziele

- Management **digitaler Geschäftsmodelle**
- **Agiles Management und Führung**
- Gestaltung moderner Arbeitswelten mit Einsatz von **New Work Ansätzen und Tools**
- **Data-driven Leadership**
- Entwicklung von **digitalen Employer Branding Strategien** und **Social Recruiting Konzepten**

Fachrichtungsmodulare

Digital Business & Leadership

Digital Leadership & Agile Management



Lernziele/ -inhalte:

- Agile Führungs- & Steuerungssysteme (OKR, Multipliers, Topgrading)
- Gewinnung und Entwicklung von Mitarbeitern in/ für agile Unternehmensumfelder mit dem Top-Grading-Ansatz
- Agiles (Projekt-)Management
- New Work Management-Ansätze

Digital HR Management



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung HR-Prozesse
- People Analytics
- Digital Employer Branding
- Social Recruiting

Digital Sales & E-Commerce



Lernziele/ -inhalte:

- Digital Solution, Service & Plattform Sales
- Multi-Channel Management
- E-Commerce / E-Business

Data-based B2B Business Models & Platforms



Lernziele/ -inhalte:

- B2B Geschäftsmodelle auf Basis digitaler Technologien verstehen
- Aufbau von datenbasierten B2B-Geschäftsmodellen und -Eco-Systemen evaluieren und realisieren können
- Daten- & Service-Plattformen analysieren und umsetzen können

Digital Business Planning, Steering & Valuation



Lernziele/ -inhalte:

- Ableitung von Wert- und Wachstumstreibern von (digitalen) Geschäftsmodellen
- Aufbau einer treiberbasierten Business Planung
- Forecasting, Reporting und Performance Management
- Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen mit DCF und Venture Valuation Ansätzen

Fachrichtung Digital Operations Management



Primäre Zielgruppe

- Prozess- und Projektmanagement
- Innovationsmanagement
- Technologiestrategie
- Research & Development
- Produktionsstrategie & -steuerung
- Qualitätsmanagement
- Arbeitsvorbereitung
- Supply Chain Management
- Logistik
- Einkauf/ E-Procurement

Lernziele

- **Entwicklung datenbasierter Geschäftsmodelle**
- Anwendung von **Process Mining, Data Analytics und Automatisierungskonzepten** zur Effizienzsteigerung in betrieblichen Abläufen.
- **Steuerung und Bewertung digitaler Geschäftsmodelle**
- Einsatz moderner Technologien wie **Internet of Things, Blockchain, RFID und Industrie 4.0/ 5.0** für Supply Chain Management und Logistik.

Fachrichtungsmodul

Digital Operations Management

Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management

Digital Supply Chain Management

Data-based B2B Business Models & Platforms

Digital Controlling & AI Based Process Automation

Digital Business Planning, Steering & Valuation



Lernziele/ -inhalte:

- Internet of Things
- innovative Vernetzung-/Produktionstechnologien und deren Anwendungsfelder
- Industrie 4.0/5.0
- Innovation Management



Lernziele/ -inhalte:

- Digital Supply Chain Management/ Logistics Konzepte
- Blockchain/ RFID
- Datenbasierte SCM Optimierung
- Automatisierung; eProcurement und eSourcing



Lernziele/ -inhalte:

- B2B Geschäftsmodelle auf Basis digitaler Technologien verstehen
- Aufbau von datenbasierten B2B-Geschäftsmodellen und -Eco-Systemen evaluieren und realisieren können
- Daten- & Service-Plattformen analysieren und umsetzen können



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science, Data Analytics, Business Analytics
- Process Mining & Optimization Tools
- Künstliche Intelligenz: Einführung und Anwendungen



Lernziele/ -inhalte:

- Ableitung von Wert- und Wachstumstreibern von (digitalen) Geschäftsmodellen
- Aufbau einer treiberbasierten Business Planung
- Forecasting, Reporting und Performance Management
- Bewertung von digitalen Geschäftsmodellen mit DCF und Venture Valuation Ansätzen

Fachrichtung Digital Management & Analytics



Primäre Zielgruppe

- Business Intelligence & Analytics
- Big Data Management & Analytics
- Controlling
- Finance & Accounting
- Market Research & Intelligence
- Channel Management
- Customer Relationship Management
- Marketing Automation
- Administration
- Tax & Law

Kernlernziele

- Praxisorientierte Technologie-Anwendung mit **Fokus auf KI**
- Unterstützung datengetriebener Entscheidungen durch **Big Data** basierte **Advanced Analytics** und **Visual Analytics**
- Anwendungsorientierte Entwicklung und Anwendung von **Machine Learning-Methoden, LLMs** und **generativer KI**
- Optimierung und **Automatisierung** von **Unternehmensprozessen (RPA)**
- Einsatz von Applikationen wie u.a. UI Path, Power Automate, Power BI, Microsoft Azure und Knime

Fachrichtungsmodul Digital Management & Analytics

Digital Controlling & AI Based Process Automation



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science, Data Analytics, Business Analytics
- Process Mining & Optimization Tools
- Künstliche Intelligenz: Einführung und Anwendungen



Machine Learning & Big Data Analytics



Lernziele/ -inhalte:

- Maschinelles Lernen & Predictive Analytics
- Forecasting, Big Data Analytics (Text Mining, Image Mining)
- CRM Analytics: Use Cases, Einführung und Personalisierung
- Tooltraining Advanced Analytics Plattform KNIME



Digital Business Planning, Steering & Valuation



Lernziele/ -inhalte:

- Business Planning und Performance Management für digitale Geschäftsmodelle
- Venture Valuation mit Comparable Transaction- und Comparable Company-basiertem Multiple-Ansatz
- DCF-Bewertungsansätze, KPIs und Unit Economics für digitale Geschäftsmodelle

Web & People Analytics *



Lernziele/ -inhalte:

- Web / Google Analytics einsetzen können
- Durchführung der Basis-Zertifizierung für Google Analytics
- People Analytics, KI-basierte HR-Anwendungen

inkl. Zertifizierung in



Data Management & Visual Analytics



Lernziele/ -inhalte:

- Data Architecture & Management, Datenexploration
- Mustererkennung
- Reporting & Visualisierung
- Informations- & Datenethik, Grundlagen Business Intelligence



* von WiSe 25/26 an: „Web & People Analytics“ als separates Modul in der Analytics-Fachrichtung, davor kombiniert als „Search Engine/Performance Marketing/ Web Analytics“

Fachrichtung Digital Marketing & Sales



Primäre Zielgruppe

- Produkt-Management & -Marketing
- Strategisches Marketing
- Brand Management & Communication
- Marketingkommunikation
- Online Marketing
- Social Media Marketing & Management
- Content Creation & Marketing
- E-Commerce & Category Management
- Retail-Management (B2C)
- Vertrieb & Key Account Management (B2B)
- Lead Management & CRM
- Customer Service & Customer Experience Management
- Interne Unternehmenskommunikation
- Public Relations/ externe Unternehmenskommunikation

Lernziele

- Praxisorientierter Einsatz von **Online-Marketing-Technologien** zur zielgerichteten Kundenansprache.
- Erarbeitung **datenbasierter Marketingstrategien** durch Web-, Google- und KI-basierte Social Media Analytics Tools.
- **Entwicklung und Umsetzung von Kampagnen**
- **Optimierung von Multi-Channel-Vertriebsansätzen**, inklusive **Customer Journey Management**.
- Vertiefung im Bereich **E-Commerce** und **Marktplätze**

Fachrichtungsmodul Digital Marketing & Sales

**Advanced & Programmatic
Digital Marketing**

**Machine Learning &
Big Data Analytics**



**Social Media, Content & Influencer
Marketing**

**Search Engine/ Performance Marketing &
Web Analytics**

Digital Sales & E-Commerce



Lernziele/ -inhalte:

- Display & Affiliate Marketing
- E-Mail-Marketing/ Lead Management
- Programmatic Marketing
- Neuromarketing und -pricing



Lernziele/ -inhalte:

- Maschinelles Lernen & Predictive Analytics
- Forecasting, Big Data Analytics (Text Mining, Image Mining)
- CRM Analytics: Use Cases, Einführung und Personalisierung
- Tooltraining Advanced Analytics Plattform KNIME



Lernziele/ -inhalte:

- Social Media Marketing
- Social Media Monitoring & Analytics (inkl. KI-basierte Analytics Tools)
- Content Marketing
- Influencer Marketing



Lernziele/ -inhalte:

- Suchmaschinenmarketing Strategien
- SEA/ SEO Praxisanwendungen
- Social Ads
- Web / Google Analytics

inkl. Zertifizierung in
 
Google Ads Google Analytics

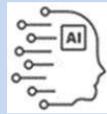


Lernziele/ -inhalte:

- Digital Solution, Service & Plattform Sales
- Multi-Channel Management
- E-Commerce / E-Business

(Zusatz)Abschluss „Zertifizierte/r KI-Manager/in“

AI Application Workshop/ KI-Werkstatt



In diesem Kurs werden für eine Problemstellung aus dem Arbeitsumfeld eine KI/ Advanced Analytics basierte Lösung entwickelt und idealerweise prototypisch umgesetzt.

Qualifikationsziele des Kurses:

- Potentiale für KI Anwendungen in eigenen Datensätzen und Prozessen erkennen
- Einen Umsetzungsplan für KI Anwendungen aufstellen
- Das Ökosystem für KI Anwendungen verstehen
- Wissen aus Impulsvorträgen und anderen Veranstaltungen in praktische Umsetzung übertragen

+

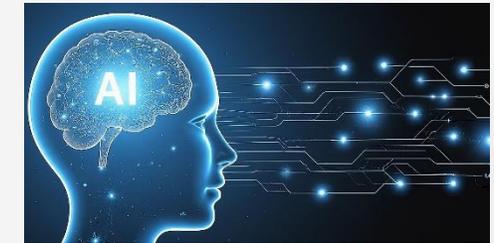
Zwei weitere Kurse mit starken KI-Bezug aus Curriculum

Die folgenden Kurse stehen hierbei mit hohem KI-Bezug zur Auswahl:

- Machine Learning & Big Data Analytics
- Data Management & Visual Analytics
- Web & People Analytics
- Digital Controlling & AI based Process Automation
- Digital Technology & Law
- AI & Immersive Web based Customer Experience Management
- Design Thinking & User Experience
- Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management
- Digital Supply Chain Management
- Social Media, Content & Influencer Marketing

=

Zertifizierte/r KI- Manager/in



- 3 Kurse/ 18 ECTS
- 1-2 Semester Dauer (flexibel selbst gestaltbar)
- Aufbau Fachkunde nach Art. 4 KI-VO
- Separate Belegung als Weiterbildung (4.200 EUR + 100 EUR Prüfungsgebühr) oder im Rahmen des MBAs (ohne Mehrkosten ab WiSe 25/26 bzw. zuvor 1.150 EUR als Zusatzmodul/-qualifikation)

Weitere Infos unter www.ki-manager.pro

Unsere ProfessorInnen



Prof. Dr. Stefan Detscher:

- Geschäftsführender Direktor Digital Business School & Institute an der HfWU
- Professor mit Fachschwerpunkten Digital Management & Marketing
- Langjähriger Geschäftsführer, Beirat & Investor von Digitalunternehmen



Prof. Dr. Dirk Funck:

- Professor für Handels- u. Kooperations-management
- Experte für Multi-Channel-Handel & Onlinemarktplätze
- Vorsitzender des Beirats der Rid Stiftung für den Bayerischen Einzelhandel, München



Prof. Dr. Michael Hepp:

- Professor an der HFU Business School
- zuvor CIO/ VP Digital VP Digital Business & Transformation der Walter AG
- Weitere Erfahrung in Business Innovation + M&A bei Festo & Rolls Royce Power Systems



Prof. Dr. Carsten Herbes:

- Professor für Internationales Management und Erneuerbare Energien an der HfWU
- Direktor Institutszentr. f. Angewandte Forschung
- Langjährige Erfahrung als Senior Manager bei Roland Berger und als Vorstand eines Bioenergie-Unternehmens



Prof. Dr. Burkhard Hoppenstedt:

- Professor für betriebliche Informationssysteme und Digitalisierung an der HfWU
- Promotion im Bereich KI (Predictive Maintenance)
- Projekterfahrung im Bereich Softwareentwicklung, Data Science und KI



Prof. Dr. Sebastian Moll:

- Professor für quantitative Methoden in der BWL
- Head of Analytics bei Dymatrix
- Experte für Data Science und Market Analytics
- Langjährige Consultingenerfahrung im Bereich CRM und Marketing Analytics



Prof. Dr. Dario Müller:

- Professor an der IU Stuttgart
- Gründer und Geschäftsführer von DARIO'S, einem weltweit führenden E-Commerce Unternehmen für Luxusgüter
- Ehemal. Mitarbeiter im Deutschen Bundestag für Dr. Peter Ramsauer



Prof. Dr. Kai-Markus Müller:

- Professor für Consumer Behavior an der HFU Business School
- Berater, Mitbegründer und Vorstandmitglied in diversen Tech-Start-Ups
- Speaker und (Buch-) Autor (in zahlreichen Medien und Top-Journalen)



Prof. Dr. Monika Reintjes:

- Professorin im Bereich Beschaffungsmanagement
- Ehemalige Geschäftsführerin eines Produktions- und Entwicklungsstandortes der Solectron GmbH - a Flextronics Company



Prof. Dr. Stefan Remhof:

- Professor für BWL an der IU München
- Guest Lecturer an der Frankfurt School of Finance & Management
- Co- Founder und CEO EDNEO AG
- Managing Partner People Mobility Alliance
- Angel Investor in mehreren HR-Tech-Start-Ups



Prof. Dr. Ulrich Sailer:

- Professor für Controlling und ehemals Pro-Rektor der HfWU
- Studiendekan des Masterstudiengangs Controlling
- Experte für Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Controlling



Prof. Dr. Christoph Zanker:

- Professor und Experte im Bereich industrielle Innovations- und Produktionsstrategien
- Langjährige Erfahrung in der ganzheitlichen Industrie 4.0-Umsetzung und Bewertung von Produktionstechnologien

Unsere DozentInnen/ ExpertInnen aus der Praxis (Auszug aus >30)



Markus Besch:

- Vorstand NextDBI AG und Gründer des SocialMedia Institute mit Hauptsitz in Stuttgart und San Francisco
- Veranstalter der Mercedes-Benz Social Media Night
- Co-Gründer Impact Hub Karlsruhe



Adrian Blockus:

- Leiter bei Google Cloud EMEA
- Ehemals Manager/Berater bei Booz und Cap Gemini
- Experte für Data Ethics
- Doctorate Program an der IE University in Madrid, zuvor Lecturer an der University of Cambridge



Anita Brenner:

- Lead Global Online Marketing Bosch Power Tools, BUOutdoor & Garden
- Head of Brandmanagement
- Experte für Brand, User Kommunikation, globale Kampagnensteuerung online / offline, UX und Produktmanagement



Johannes Ellenberg:

- Gründer & Geschäftsführer von Accelerate Stuttgart
- Gründer-Geschäftsführer Ellenberg Academy
- Unternehmer und Startup-Experte
- Autor von „Der Startup Code“



Benjamin Federle:

- Personalleiter bei Electrolux Professional, ehem. HR-Geschäftsführer/ Personalleiter bei Bauknecht/ Whirlpool und Leuze electronic
- Umfangreiche Erfahrung in Entrepreneurial HR Management, u.a. als Leiter HR & Recruiting des Start-Ups RegioHelden
- Experte für Employer Branding & Digital/ Social Recruiting



Tobias Fox:

- Advisor/ Geschäftsführer der Digitalagentur VERDURE Medienteam GmbH
- SEO Experte und Digital Marketing Strategieberater
- Performance Marketing Speaker und Dozent
- Fachbeiratsmitglied der "SEOkomm" Konferenz



Ingo Gugisch:

- Chief People Officer bei der FR L'Osteria SE
- Ehemaliger HR Director Starbucks Germany und Vice President HR bei der telegate AG
- DGFP-zertifizierter Personalleiter Executive
- Experte für Digital HR Management und digitale HR Strategien



Dr. Martin Handschuh:

- Gründer & Geschäftsführer der eco2nomy GmbH
- Gründer/Venture Partner e.venture consulting & VC-Investor
- Postdoc an der Harvard University
- Experte für Geschäftsmodellentwicklung und exponentielle Wachstumsstrategien



Dr. Stefan Hoffmann:

- Geschäftsführer, CDO, Business Angel (OUTLETCITY.COM, maxdome, 1&1, o2, SupplyOn)
- Experte für E-Commerce & Omnichannel-Strategien mit Expertise in B2C-, B2B- und D2C-Geschäftsmodellen
- Deep Diving in AI, CRM & Clubs, Influencer Marketing und Social Commerce



Julia Lehmann:

- Gründerin & Geschäftsführerin von OnFore
- Advisor für Customer Experience, Digital Analytics/ Marketing und Applications of AI in Business
- Vorstand Innovatorspace München & Mitarbeit in BMF-Projekt ABIDA



Dr. Christian Lerch:

- Leiter des Geschäftsfelds Industrieller Wandel und neue Geschäftsmodelle am Fraunhofer ISI
- Begleitung zahlreicher Unternehmen bei der Umsetzung von Innovationsprojekten
- Experte für Business Development und Digital Transformation



Philipp Riedlinger:

- Senior Consultant bei GFT Technologies SE
- IT Business Analyst
- Blockchain Experte
- M.Sc. in technischer Kybernetik



Dr. Claudia Salomon:

- Gründer-GF des Beratungs-Startups HR Tech Consulting Experte für digitale Transformation im Human Resources (HR-Daten, HR-Prozesse, HR-IT, Tools und Technologien)
- Aufbau und Leitung der HR-Analytics Abteilung, inkl. People Analytics und HR Controlling, bei der T-Systems International



Dr. Hannes Schubert:

- Gründer & geschäftsführender Partner von DISCUS Strategy
- Ehem. Managing Director E-Commerce bei der Andreas Stihl AG & Co. KG
- Ehem. Geschäftsführer STIHL direct GmbH
- Gründer mehrerer Start-ups



Miriam Trometer:

- Customer Centricity Lead bei der Mercedes-Benz Customer Solutions GmbH
- Experte für User Research und User Experience
- Mehrjährige Berufserfahrung u.a. als Unternehmensberaterin im Bereich Digital Business Consulting sowie als User Researcher



RA Dr. Carsten Ulbricht:

- Partner in renommierten Anwaltskanzlei
- Rechtsanwalt mit Fokus auf Internet-, Social Media und Urheberrecht
- Experte für Datenschutz / DSGVO



Was sagen unsere Studierenden & AbsolventInnen zum Studium?

Weitere Stimmen im [Anhang](#)

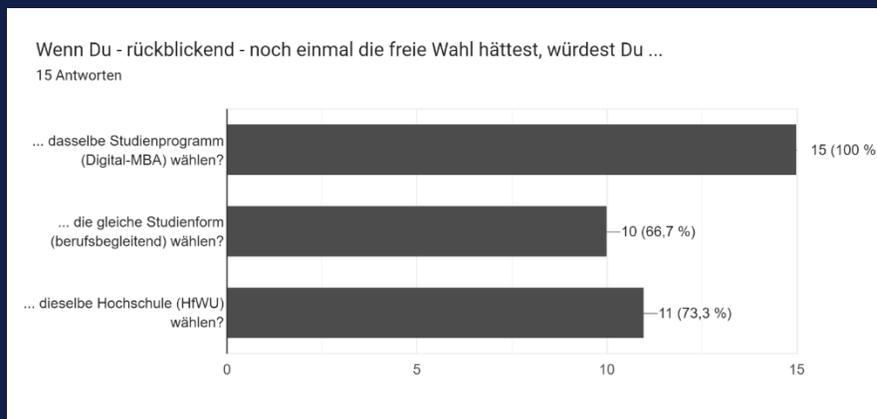
"Ich habe mich für das Studium entschieden, da ich dadurch den Master im zukunftssträchtigen Themenbereich Digital Management & Analytics erlangen kann und gleichzeitig im Bereich Controlling bei einem renommierten Unternehmen wie DEKRA tätig sein darf, um parallel zum Studium bereits wertvolle Berufserfahrung zu sammeln. Die zentralen Studieninhalte rund um Digitalisierung bieten mir eine fundierte Basis, um den Herausforderungen der modernen Geschäftswelt erfolgreich zu begegnen. Mein Arbeitgeber DEKRA ist mir eine tolle Unterstützung und bringt mir ein hohes Maß an Vertrauen entgegen. Ich freue mich auf die Projekte bei meinem Arbeitgeber und auf die weiteren Studieninhalte mit interdisziplinären Gruppenarbeiten, bei denen ich mit Studierenden aus verschiedenen Unternehmen zusammenarbeiten darf. Dies erweitert meinen Horizont, stärkt mein Netzwerk und ermöglicht mir wertvolle Einblicke aus verschiedenen Perspektiven. Ich bin derzeit im ersten Semester und kann schon bestätigen, dass die Wahl für dieses Masterprogramm für mich persönlich die absolut richtige Entscheidung war."



Bernd Schneider

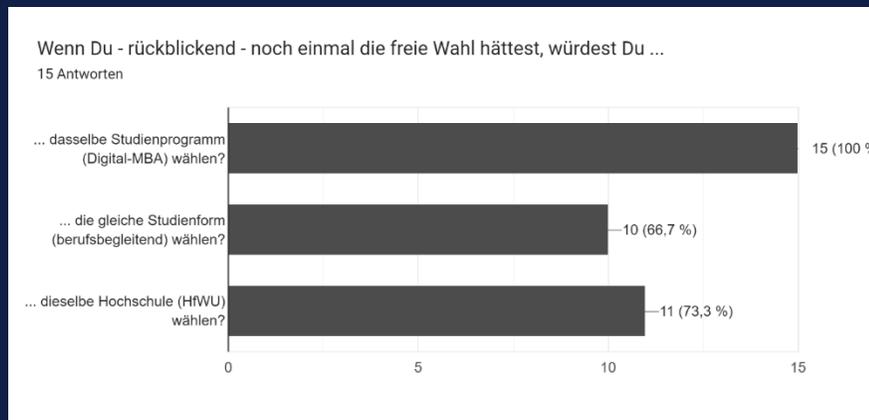
- Studierender MBA Digital Management & Analytics
- Konzern-Controlling bei DEKRA

Absolventenumfrage Sommer 2024



100%-Weiterempfehlungsquote!

Net Promoter Score (NPS) von 93!



Bewertung auf

StudyCHECK.de

SEHR GUT
★★★★★ 4.6
100 % Weiterempfehlung

Mögliche Arten der Zusammenarbeit mit Unternehmen

Teilnahme auch außerhalb Großraum Stuttgart möglich wg. Hybrid-/Online-Modus
-> für nur englischsprachende MA:
[M.Sc. Dig. Bus. Management](#)

Berufsbegleitendes MBA-Studium zur Gewinnung von Digital Talents als Trainees/ Young Professionals

- **Gewinnung von talentierten Nachwuchskräften** als Trainees/ Young Professionals durch Entwicklungsmöglichkeit **mittels des MBA** mit gleichzeitigem **Know-How-Aufbau im Digitalbereich**
- **Berufsbegleitendes MBA-Studium und Traineeship/ Junior-Position** kombinierbar
- **Unterstützung** der Unternehmen bei der **Rekrutierung von Bewerbenden**
- **Infos & Beispielstellen** siehe unter www.dualer-mba.de

-> *Qualifiziertere Bewerbende mit 4+ Jahre mehr Erfahrung als duale Bachelor-Studierende und zu 90-100% verfügbar!*

Mitarbeiterweiterentwicklung/-bindung durch berufsbegleitenden Digital-MBA in eine der 5 Fachrichtungen

- **Förderung von High Potentials/ Nachwuchsführungskräften** durch den berufsbegleitenden **Digital-MBA** den Fachrichtungen: Digital Marketing & Sales, Digital Business & Leadership, Digital & Sustainable Management, Digital Operations Mgmt. und Digital Management & Analytics.
- Gezielter Aufbau von **Kompetenzen Ihrer Fach- & Führungskräfte** in den **verschiedenen Fachbereichen der Digitalisierung** mit hochqualifizierten DozentInnen
- **Mitarbeiterbindung** durch persönliche Weiterentwicklung und Studienfinanzierung

Gezielte Mitarbeiterschulung durch Certificate-/Diploma-Programme und durch einzelne Zertifikatskurse

- **Weiterbildung in verschiedenen Digitalisierungskompetenzfeldern**
- Teilnahme an einem der 32 Kurse mit **Zertifikatsabschluss** oder an zwei bzw. fünf Kursen im Rahmen eines **Certificate/ Diploma of Advanced Studies** oder am Programm zum **Zertifizierten KI-Manager**
- Möglicher **Bestandteil eines digitalen Transformationsprogramms** in Unternehmen
- Ggf. Einrichtung eines separaten Inhouse-Kurses für Unternehmen
- **keine formalen Voraussetzungen**

Wie läuft die Zusammenarbeit bei „dualen“ Stellen ab?

1. **Partnerunternehmen erstellt Stellenbeschreibung für geeignete (Junior-)Position (90-100%-Stelle)** in Kombination mit unserem berufsbegleitenden Digital-MBA-Programm -> *Beispiel im [Anhang](#)*

2. **Stelle** des Unternehmens wird **auf [HfWU-Website](#)**, über Social Media, Online-Werbung und Mailings für das Unternehmen **kostenlos beworben** und bei Studieninfosessions und auf Studienmessen **vorgezeigt**

3. **Unternehmen wählt den/die Kandidaten/Kandidatin eigenständig aus**, dieser **meldet sich im Nachgang zum Digital-MBA an der HfWU an** und erhält Zulassung (wenn mind. 180 ECTS Bachelor)

Beratung
durch HfWU/
Infosessions

- **MBA-Studiengebühren** (4 x 4.750 €) i.d.R. **vom Unternehmen übernommen** – dafür **Gehalt** um diese **gekürzt**
 - > typische monatliche Vergütung für 90-100%-Stelle zw. 2.200 und 2.700 EUR brutto + Steuer-/ SV-befreit MBA-Gebühren
 - > kostensparender als reguläre Vollzeitstellen und wegen Befristung mit weniger Risiko, ggf. „Halteklausele“ möglich
- **keine direkte Abhängigkeit** von **MBA-Programm** da kein Dreiecksvertrag zwischen Unternehmen, Hochschule + Studierendem
 - > Arbeitsvertragsbedingungen bilateral zw. Unternehmen und Studierendem festgelegt ohne Beteiligung von Hochschule

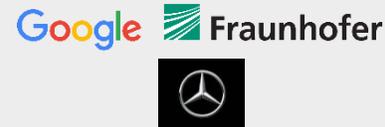
USPs der Digital Business School an der HfWU

1. Systemakkreditierte staatliche Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen mit Spitzenrankings von WirtschaftsWoche und von CHE/ Die ZEIT



2. Innovative Themenbereiche wie Künstliche Intelligenz, Machine Learning, Blockchain, Cybersecurity, Internet of Things und Industrie 4.0/5.0 sowie Lean Startup-Ansatz und Growth Hacking

3. Hochqualifizierte Dozentschaft mit >10 ProfessorInnen und >30 DozentInnen aus der Praxis auf dem Niveau von (ehemal.) Geschäftsführern/ Vorständen, Bereichsleitern, Senior Advisors & Unternehmern; Lehrende u.a. von:



4. Einzigartiges stark anwendungsorientiertes berufsbegleitendes Studienprogramm mit starkem Forschungshintergrund im Bereich digitalen Managements ([Digital Business Institute & School](#))



5. Effektiver Blended Learning-Ansatz mit Class-Room-Sessions und E-Learning-Phasen



6. Fokus auf Projektbasierte Studienarbeiten und Masterarbeit für höchst mögliche Praxisrelevanz (inkl. Research-Seminar)

7. Komplett modularer Aufbau vom einzelnen [Zertifikat über Diploma of Advanced Studies](#) bis zum MBA inkl. Promotionsberechtigung/ DBA-Betreuung durch HfWU-ProfessorInnen

8. Möglichkeit zum MBA-Doppelabschluss und zur Teilnahme an International Summer Schools



9. Berufseinstieg in ein (Partner) Unternehmen parallel zum MBA-Studium. Zum dritten Mal als Talentschmiede ausgezeichnet



10. Persönliches Kompetenzentwicklungsprogramm + Life-Long Learning zwischen Teilnehmenden, Alumni und Lehrenden

Ansprechpersonen

Gerne bei Fragen uns ansprechen bzw.
Stellenausschreibung zusenden
zum InteressentInnen publik machen + beraten
Bewerbende bzgl. Digital-MBA

Wissenschaftliche Leitung & Firmenpartnerschaften



Prof. Dr. Stefan Detscher

- Geschäftsführender Direktor Digital Business Institute
- Wissenschaftlicher Leiter Digital-MBA- & Studienprogramme
- Professor im Studiengang Betriebswirtschaftslehre

Tel.: 07022 / 201-1056

stefan.detscher@hfwu.de

Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen

Gebäude CI10 | Raum 343

Sigmaringer Str. 25

72622 Nürtingen



Yannik Roos

- Studienberater Digital Business School
- Digital Marketing & Business Development Manager im Digital Business Institute
- MBA-Student Digital Marketing & Sales

Tel.: 0152 / 59751691

yannik.roos@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen:

<https://calendly.com/dbs-yannik-roos>

www.hfwu.de/dmx

www.hfwu-mba.de



Florian Setka

- Studienberater Digital Business School
- Digital Marketing & Business Development Manager im Digital Business Institute
- MBA-Student Digital Marketing & Sales

Tel.: 0151 / 22238252

florian.setka@hfwu-dbs.de

Beratungstermin buchen:

<https://calendly.com/dbs-florian-setka>

www.hfwu.de/dmx

www.hfwu-mba.de

Anmeldung & Organisation



Susanne Liemer

- Seminarmanagerin
- Mitarbeiterin der Weiterbildungsakademie an der HfWU

Tel.: 07022 / 201-401

susanne.liemer@hfwu.de

HfWU Akademie

an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

72622 Nürtingen



Noch Fragen?



Aktuelle Updates zur Digital Business School:

LinkedIn:
**Digital Business School
an der HfWU**



Instagram:
**digital.business.
school.hfwu**



Webseite:
www.hfwu.de/dmx



Anhang

Weitere Informationen zum
Digital- MBA- & Studienprogramm



Beispielhafte Stellenausschreibung

In der Stellenausschreibung könnte die Beschreibung unseres MBA-Programms wie folgt aussehen:

Das von uns geförderte berufsbegleitende Digital-MBA-Programm an der Digital Business School der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen (HfWU) kombiniert Deine Praxistätigkeit mit einem zweijährigen systemakkreditierten Studium in einer von fünf MBA-Fachrichtungen: Digital Business & Leadership, Digital Operations Management, Digital Management & Analytics, Digital Marketing & Sales oder Digital & Sustainable Management. Im Rahmen des MBA-Studiums erwirbst Du praxisnahes Know-How in den verschiedenen Bereichen der Digitalisierung und arbeitest parallel an spannenden Aufgaben und Projekten in unserem Unternehmen sowie für unsere Kunden.

Weitere Informationen unter www.hfwu.de/dmx



Beispiele anderer Stellen unter www.dualer-mba.de

Diploma of Advanced Studies (DAS)

Zielgruppe	Digitalisierung, Nachhaltigkeits-Management, Social Entrepreneurship	HR/ Recruiting/ Coaches Organisations-entwicklung	(Digital)Strategie/ (Digital)Berater	Produktions-steuerung Supply Chain Mgmt., Logistik, Einkauf, QM Prozessgmt.	Controlling/ BI/ Bus. Analytics & Admin/ Tax/ Law	Produkt-Strategie, Mgmt. & -Marketing/ Innovations-Mgmt./	Vertrieb/ Channel Mgmt./ CRM/ Customer Service/ Cust. Exp. Mgmt.	Digitales Marketing, Brand Mgmt., E-Commerce, Online Mark. Agenturen	Digitalisierungs-Interessierte aus verschiedenen Fachbereichen
DAS	Digital & Sustainable Mgmt.	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Strategy & Transformation	Digital Management & Operations	Digital Analytics & Controlling	Digital Product & Innovation Mgmt.	Digital Customer & Sales Mgmt.	Digital Marketing & E-Commerce	Digital Management
Diploma of Advanced Studies (DAS) (jeweils 5 Kurse i.d.R. über 3 Semester, 30 ECTS; Belegung eines Fremdmoduls möglich)	Principles of Sustainability Management	Digital Business Model Innovation		Digital Technology & Law	Digital Technology & Law	Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.			5 frei wählbare Module aus dem gesamten Digital-MBA-Curriculum
	Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Digital HR Management	Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digital Supply Chain Management	Machine Learning & Big Data Analytics	AI & Immersive Web Based Customer Experience Management		Advanced & Programmatic Digital Marketing	
	Sustainability Marketing	Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development	Design Thinking & User Experience Management	Digitalization of Industrial Value Chains & Innovation Management	Data Management & Visual Analytics	Digital Business Model Innovation	Machine Learning & Big Data Analytics	Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics	
	Trend Topics Sustainability Management	Digital Transformation & Sustainable Change Management		Digital Controlling & AI Based Process Automation		Design Thinking & User Experience Management		Social Media, Content & Influencer Marketing	
	Digital Leadership & Agile Management	Digital Leadership & Agile Management	Data-based B2B Business Models & Platforms		Digital Business Planning, Steering & Valuation	Digitalization of Industrial Value Chains & Innov. Mgmt.	Digital Sales & E-Commerce		
Belegung weiterer (min.) 7 Kursmodule + Erstellung einer Masterarbeit führen als Kombistudium zum									
MBA	Digital & Sustainable Mgmt.	Digital Business & Leadership		Digital Operations Mgmt	Digital Mgm. & Analytics	Digital Marketing & Sales			alle Fachrichtungen

Certificate of Advanced Studies (CAS)

Zielgruppe	Digitalisierung, Nachhaltigkeits-Management, Social Entrepreneurship	HR/ Recruiting/ Coaches Organisations-entwicklung	(Digital)Strategie/ (Digital)Berater	Produktionssteuerung Arbeitsvorbereitung, Supply Chain Mgmt., Logistik, Einkauf, Prozessmgmt., QM	Controlling/ BI/ Bus. Analytics & Admin/ Tax/ Law	Produkt-Strategie, Mgmt. & -Marketing/ Innovations-Mgmt./	Vertrieb/ Channel Mgmt./ CRM/ Customer Service/ Cust. Exp. Mgmt.	Digitales Marketing/ Brand Mgmt./ Commun., E-Commerce, Online Mark. Agenturen	Digitalisierungs-Interessierte aus verschiedenen Fachbereichen
	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
Certificate of Advanced Studies (CAS) (jeweils 2 Kurse i.d.R. über 1-3 Semester, 12 ECTS)	Digital Sustainable Leadership*	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Business Creation	Digital Operations Management	Digital Analytics & Data Mgmt.	Digital Product Innovation	Digital Customer & Sales Strategy	Digital Performance Mkt.	Digital Management
	Digital Leadership & Agile Management	Digital Leadership & Agile Management	Digital Business Model Innovation	Data-based B2B Business Models & Platforms	Machine Learning & Big Data Analytics	Design Thinking & User Experience Management	AI & Immers. Web Based Customer Exp Mgmt.	Search Engine/ Performance Mkt. & Web Analytics	
	Principles of Sustainability Management	Digital HR Management	D. Entrepreneurship & Value Bas. Start-Up Devel.	Dig. of Industrial Value Chains & Innov. Management	Data Management & Visual Analytics	Dig. of Industrial Value Chains & Innov. Management	Digital Sales & E-Commerce	Advanced & Programmatic Digital Marketing	
D. & Sustainable Transformation Mgmt.	Digital Transformation & Leadership			Digital Controlling & Business Mgmt.	Digital Sales & Supply Chain Mg.	Digital Marketing & Sales Strategy	Dig. Mkt. & Social Media Strategy	2 frei wählbare Module aus dem gesamten Digital-MBA-Curriculum	
D. Transformation & Sustainable Change Management	Digital Transformation & Sustainable Change Management								
Innovation & Entrepreneurship for Sustainable Mgmt.	Digital Leadership & Agile Management								
Belegung weiterer (min.) 3 Kursmodule führen zum									
DAS	Digital & Sustainable Mgmt.	Digital Leadership & HR Mgmt.	Digital Strategy & Transformation	Digital Mgmt. & Operations	Digital Analytics & Controlling	Digital Product & Innovation Mgmt.	Digital Customer & Sales Management	Digital Marketing & E-Commerce	Verschiedene Möglichkeiten

Mögliches optionales Auslandsstudium

Ein **Auslandsstudium** ist **optional möglich**: an ausländischen Hochschulen belegte Kurse (z.B. im Rahmen eines zweiwöchigen Summer Programms) werden nach dem ECTS-System angerechnet und müssen dann an unserer Hochschule nicht mehr besucht werden

Weitere Auslandsstudienprogramme können zur Prüfung bzgl. Anrechenbarkeit an uns gesendet werden. Aktuell schon zur Anrechnung vorgeprüfte Programme sind:

Universität Central de Catalunya in Barcelona



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "[Marketing & Business 4.0](#)" in der ersten Julihälfte: anrechenbar „Machine Learning & Big Data Analytics“ oder „Advanced & Programmatic Digital Marketing“
- sehr erfahrene Dozenten aus der Praxis
- Case Studies, Projektarbeit und Firmenbesuche, kulturelles Rahmenprogramm in Barcelona
- Partnerhochschule der HfWU

Aydin University in Istanbul



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "[Integrated Marketing Communications](#)" in der zweiten Julihälfte: anrechenbar für „Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management“ oder „Advanced & Programmatic Digital Marketing“
- sehr erfahrene Dozenten aus der Praxis
- Case Studies, Projektarbeit und Firmenbesuche, kulturelles Rahmenprogramm
- Partnerhochschule der HfWU

Copenhagen Business School in Kopenhagen



- englischsprachiges dreiwöchiges Programm an der renommierten und top-gerankten Copenhagen Business School, die über EQUIS-, AACSB- und AMBA-Akkreditierung sowie Universitätsstatus verfügt
- [„Social Entrepreneurship and Business Model Innovation“](#) anrechenbar für „Digital Entrepreneurship & Value Based Start- Up Development“

Business School IÉSEG in Paris



- englischsprachige vorgeprüfte Programme an der renommierten französischen Business School
- [„Entrepreneurship & Innovation“](#) anrechenbar für „Digital Entrepreneurship & Value Based Start-Up Development“
- [„Digital Marketing“](#) anrechenbar für „Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Management“

Vives University of Applied Sciences in Brügge, Belgien



- englischsprachiges, zweiwöchiges Programm "[Innovative Entrepreneurship](#)" anrechenbar für „Digital Entrepreneurship & Value Based Start- Up Development“
- Fokus auf KI

EM Normandie Business School in Caen, Frankreich



- englischsprachiges zweiwöchiges Programm "[Introduction to Data Analysis Using Python and ChatGPT](#)" Ende Juni/ Anfang Juli. Anrechenbar für „Machine Learning & Big Data Analytics“ oder „Data Management & Visual Analytics“
- Anwendungsorientierte Prüfungsleistung und Open book questions

Aalto University in Helsinki



- englischsprachiges zweiwöchiges Programm "[Digital Business](#)" in der ersten Augushälfte anrechenbar für „Digital Leadership & Agiles Management“
- Projektchallenge mit intensivem Coaching
- Exkursionen
- Kulturelles Rahmenprogramm

Weitere Statements und Evaluation unserer MBA-Studierenden

„Als Student des MBA-Studiengangs Digital Management & Analytics schätze ich den starken Praxisbezug der Themen, die ich in meinem beruflichen Alltag wiederfinde. Besonders beeindruckt mich die Aktualität der Inhalte, insbesondere im Hinblick auf die Digitalisierung und die zunehmende Verbreitung von künstlicher Intelligenz im Arbeitsumfeld.“

„Durch die praxisnahen Inputs der Dozenten ermöglicht der MBA an der Digital Business School den Studierenden, über den Tellerrand des eigenen Unternehmens hinauszublicken und aktuelle digitale Trends zu verfolgen. Dies schafft die Grundlage, innovative Ansätze zu erkennen und deren Relevanz für das eigene Unternehmen zu reflektieren. Die Hochschule bietet damit eine tolle Chance, sich fachlich und persönlich außerhalb des beruflichen Umfelds weiterzuentwickeln.“

„Weshalb ich mich für den MBA Digital Management & Marketing an der HfWU entschieden habe: berufsbegleitende, extremst anwendungsbezogene und zukunftsorientierte Lehrveranstaltungen sowie überzeugende Dozenten aus der Praxis an einer renommierten Hochschule, die mir ermöglichen kompromisslos in Vollzeit zu arbeiten und meine Work-Life Balance zu erhalten, während ich mich gleichzeitig für neue Aufgabengebiete und höherwertige Tätigkeiten qualifiziere, um mich so auf den nächsten Karriereschritt vorzubereiten.“



Kai Dingler:

- IT Controlling bei DEKRA SE tätig
- Zuvor B.Sc. Production Management an der ESB Reutlingen



Regina Döbel:

- Sales & Market Management USA bei Mercedes-Benz AG
- Zuvor B.A. BWL- Industrie 4.0 an der DHBW Stuttgart

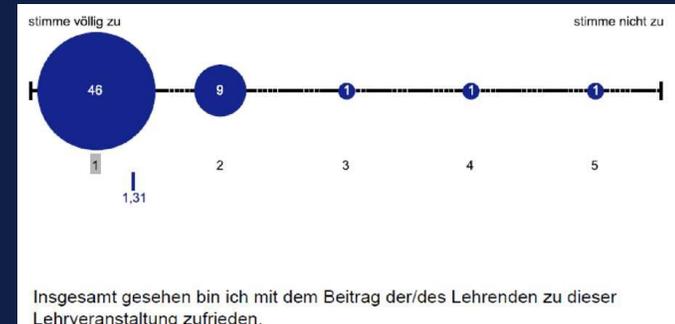


Sandra Schleicher:

- Consultant im Projekteinsatz bei der Porsche AG
- Zuvor B. Sc. International Management Double Degree ESB Business School, Reutlingen und NEOMA Business School, CESEM, Reims, Frankreich

Auszug aus den Lehrevaluationen des letzten Semesters

- Die Coaching Sessions waren sehr wertvoll. Vielen Dank für das Angebot.
- Die Dozent*innen sind super kompetent in Ihrem Fachgebiet!
- Beide sehr geduldig. Super Betreuung während der Entwicklung unserer Case Study. Die extra-Coaching Termine war goldwertig...
- Die Unterlagen geben einen super Rahmen für eigene Weiterentwicklungen.
- Die Kombination aus Skript und Vorlesung. Feedback zur Präsentation war sehr gut. Es konnte auch für die Arbeit an sich umgesetzt und eingearbeitet werden.



Artikel in der Welt am Sonntag am 11.11.2023

Bislang mussten sich die Käufer selbst überlegen, welches Dressing am besten zum Salat passt oder wie sie das Gemüse zubereiten. Demnächst sollen QR-Codes auf den Verpackungen ihnen helfen, mehr Kreativität in die Küche zu bringen. Katrin Geisthardt freut sich auf den Verpackungs-Relaunch. Die 43-Jährige arbeitet seit zwölf Jahren im Marketing der Firma Eisberg, einem führenden Hersteller frischer Convenience-Produkte und hat die Entwicklung des neuen Produktauftritts begleitet. „Mit Hilfe von Augmented Reality erfahren die Kunden über die QR-Codes, woher das Produkt kommt, das sie gerade erworben haben. Und es wird Tipps und Rezepte geben.“ Das Produkt werde nicht nur transparenter für den Kunden, „wir können auch zeigen, dass gesunde Lebensmittel Spaß ins Leben bringen“.

VON KATRIN STARKE

Katrin Geisthardt weiß, wie sich digitale Technologien bestmöglich für zeitgemäßes Marketing nutzen lassen. Damit hat sie sich in ihrem Master-Studium intensiv auseinandergesetzt. 2022 hat sie den „Digital-MBA“ an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt (HfWU) in Nürtingen-Geislingen abgeschlossen.

In den vergangenen Jahren hat der „Master of Business Administration“ einen Hype erlebt. Mittlerweile gibt es um die 250 MBA-Programme in Deutschland. Und immer mehr Hochschulen richten ihren Fokus dabei auf die digitale Transformation der Wirtschaft. „Unser Studiengang wendet sich an Fach- und Führungskräfte, die sich in Fragen der Digitalisierung fit machen und die entsprechenden Management-Kompetenzen erwerben wollen“, erklärt Stefan Detscher, wissenschaftlicher Leiter der Digital-MBA-Studienprogramme an der HfWU. Er wechselte 2018 nach knapp 15 Jahren in der Unternehmensberatung und Digitalwirtschaft auf den Professorenstuhl – und startete direkt den Digital-

Die Wirtschaft wird **DIGITAL**



Augmented Reality bereichert eine reale Umgebung durch digitale Elemente

MBA-Studiengänge vermitteln ein fundiertes Verständnis von Technologien und Methoden

tal-MBA an der HfWU. Studierende können zwischen vier Fachrichtungen wählen. Im Bereich „Business & Leadership“ geht es vornehmlich darum, digitale Geschäftsmodelle zu verstehen, aufzubauen und zu steuern. Der industrielle Wandel steht beim „Operations Management“ im Fokus. In „Management & Analytics“ wird der Blick darauf gerichtet, wie Daten am besten nutzbar gemacht werden können. Suchmaschinenperformance, Neuromarketing sowie digitalisierte Vertriebsmodelle stehen bei „Marketing & Sales“ im Mittelpunkt. Die Studierenden sind zwischen Mitte 20

und Anfang 50 und kommen aus verschiedenen Branchen. Studiert wird berufs begleitend, rund 95 Prozent arbeiten weiter in Vollzeit. Um Lastspitzen zu vermeiden, gebe es keine Klausuren, sondern Projektarbeiten in Gruppen, so Detscher. Vermittelt wird das Wissen überwiegend über E-Learning-Plattformen. An vier Wochenenden im Semester treffen sich die Studierenden an der Hochschule, an vier weiteren in Online-Seminarräumen. Seit die HfWU vor zwei Jahren ein hybrides Studienmodell einführte, werden die Wochenendveranstaltungen auch per Video übertragen. „80

Prozent unserer Studierenden sind in den Präsenzphasen weiterhin vor Ort“, sagt Detscher.

Die hohe Flexibilität des modular aufgebauten Studiums war es, die Katrin Geisthardt vom Digital-MBA an der HfWU überzeugte. Schließlich musste sie nicht nur ihre Berufstätigkeit, sondern auch ihre Familie mit zwei Kindern

in Nürtingen wohne, sei die MBA-Zeit extrem anstrengend gewesen. Dennoch schloss sie als Beste ihres Semesters ab. „Ich habe das Handwerkzeug erworben, Strategien im Umgang mit der digitalen Transformation zu entwickeln“, sagt sie. Auch in Sachen Firmenkultur habe sie viel dazugelernt – und gleich im Unternehmen angewandt. So stieß sie ein Projekt an, in dem die Firmenphilosophie neu beleuchtet wurde: „Was sind unsere Werte? Was wollen wir mit unseren Produkten erreichen?“ Gelohnt habe sich das Studium allemal, der MBA sei ein guter Türöffner – und einen Gehaltssprung habe sie auch gemacht.

Den meisten Studierenden gehe es darum, die digitale Wirtschaft in ihrer Breite zu durchdringen, sagt Professor Christian Stummeyer, der den MBA-Studiengang „Digital Business Management“ an der Technischen Hochschule in Ingolstadt leitet. „Manche suchen nach einer neuen Rolle im Unternehmen. Andere fühlen sich in ihrer Abteilung gut aufgehoben, brauchen aber

ein tieferes Verständnis digitaler Technologien und Methoden“, umreißt Christian Stummeyer die Beweggründe seiner Studierenden. Besonders herausfordernd für ihn als Studiengangsleiter sei es, das MBA-Programm wegen der rasanten Entwicklung der Digitalisierung stets auf dem aktuellen Stand der Technik zu halten. „Jedes Jahr sind etwa 30

Prozent der Themen neu“, sagt Christian Stummeyer und bringt ein Beispiel: „Vor drei Jahren haben wir beim Thema KI nur grob umrissen, was Large Language Models (LLM) sind. Dieses Jahr setzen wir LLM-Software wie ChatGPT-4 praktisch ein, um menschliche Sprache durch KI zu verstehen und Texte und Bilder zu generieren.“

- Seit 2003 tätig als Kommunikations- und Marketingmanagerin, hauptsächlich in der Food-Branche
- Diplom Oecotrophologin, University of Applied Science Fulda



Mögliche Abschlüsse

Master of Business Administration (MBA)

- 12 Module (12x 6 ECTS= 72 ECTS) + projektbasierte Masterthesis (18 ECTS) für MBA (90 ECTS)
- **Dauer: 4 Semester** (verlängerbar auf bis zu 7 Semester)
- **Aufnahmebedingung:** Bachelor (180 ECTS) und mind. 12 Monate Praxiserfahrung
- **Gebühren:** EUR 4.750 pro Semester (4 Sem.) od. EUR 795 pro Monat (24 Mon.) + einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr (gesamt: EUR 19.200)
- Änderung der Fachrichtung bis Ende des 1. Semesters möglich

MBA-Doppelabschluss in zweiter Fachrichtung

- MBA-Zusatzabschluss in 2. Fachrichtung durch Zusatzbelegung von 1-3 Kursmodulen (bei Gesamtabchlussnote min. 2,3)
- **Gebühren:** EUR 1.150 bis EUR 3.250 (plus ggf. EUR 1.000 für zweite Masterarbeit falls Masterarbeitsnote schlechter 2,0)

Certificate of Advanced Studies (CAS)

- Certificate of Advanced Studies (CAS) bei Abschluss von 2 Modulen in einem Teilbereich
- **Vierzehn Fachrichtungen** des Certificate of Advanced Studies mit Dauer **1-3 Sem.**
- **Gebühren:** 2x EUR 1.375 und einmalig EUR 100 Prüfungsgebühr (gesamt: EUR 2.850)

Diploma of Advanced Studies (DAS)

- Diploma of Advanced Studies (DAS) bei Abschluss von 5 Modulen in einem Teilbereich
- **Acht Fachrichtungen** des Diploma of Advanced Studies mit Dauer **3 Sem.** / 1,5 Jahre
- **Gebühren:** 2x EUR 2.740 + 1x EUR 1.370 und einmalig EUR 200 Prüfungsgebühr (gesamt: EUR 7.050)

Kombiabschluss Diploma + MBA

- Kombistudium Diploma + MBA über 7 Semester / 42 Monate
- **Gebühren:** EUR 2.400 jeweils zu Beginn der sieben Semester oder EUR 400 monatlich (über 42 Mon.) und einmalige Abschlusszahlung von EUR 2.400
- Bei Abbruch nach dem Diploma-Abschluss einmalige Abbruchgebühr von EUR 1.050 (= Aufzahlung auf Diploma-Gebühren, wird angerechnet bei MBA-Studium-Wiederaufnahme)
- Prüfungsgebühren jeweils EUR 200 für Diploma und MBA

Zertifikat

- Teilnahme an und Abschluss einzelner Kursmodule
- Kumulieren der Module bei bestandener Prüfung zu MBA oder Diploma möglich
- Alternativ Teilnahmebescheinigung ohne Prüfung/(s)gebühr möglich
- **Dauer: 1 Semester**
- **Gebühren:** **EUR 1.450** + EUR 100 Prüfungsgebühr

Teilnahme- & Prüfungsgebühren als Werbungs-/Fortbildungskosten von der Steuer absetzbar oder direkt von Arbeitsgeber (teil-)zahlbar

Rahmenbedingungen

- **Kursphasen** in der Regel von **Ende März** bis **Mitte Juli** sowie von **Anfang Oktober** bis **Anfang Februar** (Pause über Pfingsten + Weihnachten sowie an Brückentagen) -> **Start** zu Ende **März** und Anfang **Oktober** möglich!
- Jedes Modul umfasst **Präsenzkurse + Live-Video-Sessions** an **zwei Freitagnachmittagen/-abenden** (16:15-20:15 Uhr) und **zwei Samstagen** (8:30-16:15 Uhr) ergänzt um Fallstudienbearbeitung und Selbststudium per **E-Learning**
-> **außerhalb** von **Kernarbeitszeiten**!
- **Hälfte** der **Kurstermine** sind **Live-Video-Sessions**, die weiteren **Kurstermine** finden **vor Ort** statt
- Zusätzlich werden alle Vor-Ort-Termine bei Bedarf auch per Live-Video übertragen (=Hybridmodus), so dass auch eine **reine Remote-Teilnahme möglich** ist
-> Programm auch für Studierende außerhalb des Großraums Stuttgarts interessant!
- **4 Semester** Regelstudienzeit -> kostenfrei ausdehnbar auf bis zu 7, flexible selbst gesteuerte Kursbelegung
- Möglichkeit zum **Erwerb eines 2. MBA-Grads** („Doppelabschluss“) durch zusätzliches Belegen von Kursen
- **Kleingruppenprinzip**: in Fachrichtungsmodulen typischerweise 8-12 Studierende, in Kernmodulen 15-20, sehr diverser Teilnehmendenkreis nach Erststudienhintergründen, Herkunft, Geschlecht und Alter (Anfang 20 bis >60)
- Für **Bildungszeit** (Bildungsurlaub) anerkannte Bildungseinrichtung
- Ca. **ein Drittel englischsprachige Kurse** für internationale Weiterqualifizierung



Lernmethoden & Überfachliche Angebote

Digitale & innovative Lernmethoden

Wir integrieren in unsere berufsbegleitenden Digital-Master- & Studienprogramm modernste Lernmethoden:

- **Blended Learning**
- **Projekt- und praxisbasiertes Lernen in Form von Case Studies/Fallstudien**
- **Serious Games**
- **(KI-)Tool-Nutzung**
- **Forschendes Lernen**
- **Flipped Classroom**



Prüfungsleistungen bestehen nur aus Fallstudien- und Projekt-prüfungen = hohe Anwendungs- und Praxisorientierung

Überfachliche Angebote

- **Digital Management Talks:**
Impulsvorträge und Austauschabende mit relevanten Executives, Gründern und internationalen Experten, u.a. mit
 - Friedrich Schwandt (Gründer Statista)
 - Lisa Schufro (internationale Expertin zu OKR)
 - Christine Rittner (ex-CHRO Lidl/Schwarz Gruppe) zu Female Leadership
 - Victoria Klisch (Partnerin w3.fund)
 - Google Zukunftswerkstatt
- **Seminar (Digital) Research-Methoden**
Kompetenzaufbau empirische und qualitative Forschungsmethoden
- **Persönliche Kompetenzentwicklung:**
Leaderfy Simulation Game
- **Individual-Coaching** in Kooperation mit der Münchner Business Coaching Akademie (bis zu 4 Sessions inkludiert)
- Betreuung von **Intrapreneur & Entrepreneur-Projekten** durch Förderinitiative Zukunft.Gründen der HfWU



Überfachliche Betreuung und Unterstützung im Digital MBA

Leaderfy Simulation Game

Im Spiel übernehmen die Teilnehmenden eine Führungsrolle in einem interdisziplinären Produktteam. Über einen fiktiven Spielzeitraum müssen sie ihren eigenen Führungsstil im Umgang mit zahlreichen typischen Führungsherausforderungen finden. Über das Leaderfy Simulation Game:

- Führungsentwicklung wird gamifiziert, adaptiv und realitätsnah.
- In der innovativen Führungssimulation können Lernende das eigene Führungsverhalten in komplexen, realitätsnahen Situationen erproben und reflektieren.
- Durch den elaborierenden Lernprozess werden kontinuierlich die komplexen Zusammenhänge zwischen den Führungsinhalten hergestellt, wodurch die Führungskompetenz des Teilnehmenden stetig zunimmt.
- Der adaptive Ansatz verbindet das Experimentieren mit unterschiedlichen Führungsstilen und die Auseinandersetzung mit der eigenen Führungspersönlichkeit.
- Die starke Modellfundierung ermöglicht die Anwendung einer großen Bandbreite an Führungstheorien und -konzepten in einem risikofreien Lernraum.



Seminar (Digital) Research-Methoden



Lernziele/ -inhalte:

- Literaturrecherche-Vorgehen/-Strategien
- Anwendung von Theorien im Bereich Digital Management
- Kompetenzaufbau empirische und qualitative Forschungsmethoden



Hochschule
für Wirtschaft und Umwelt
Nürtingen-Geislingen

Prof. Dr. Carsten Herbes:

- Professor für International Management und Erneuerbare Energien an der HfWU Nürtingen-Geislingen
- Leitung des Institutszentrums für Angewandte Forschung (IAF)
- Leiter des Institute for International Research on Sustainable Management and Renewable Energy (ISR)
- Langjährige Erfahrung als Senior Manager bei Roland Berger und als Vorstand eines Bioenergie-Unternehmens

Übersicht Startdaten und Anmeldefristen nächste Semester

Kurs/ Programm	Startdatum	Anmeldung
Sommersemester 2025		
MBA Digital Management & Analytics / MBA Digital & Sustainable Management / M.Sc. Digital Business Management / MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management	28. März 2025 (späterer/flexibler Start möglich)	Restplätze bis 21.03.2025, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba , kostenfreie Stornierung bis 28.02.2025 -> Zutieg über einzelne Kurse in das laufende Semester; www.hfwu.de/dmx-anm
Zert. KI-Manager und Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen)	Feb. – Mai 2025	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Certificate of Advanced Studies (14 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs + M.Sc. als einzelne Zertifikatskurse		
Wintersemester 2025/26		
MBA Digital Management & Analytics / MBA Digital & Sustainable Management / M.Sc. Digital Business Management / MBA Digital Marketing & Sales / MBA Digital Business & Leadership / MBA Digital Operations Management	Oktober 2025 (späterer/flexibler Start möglich)	Bis 31.08.2025, Anmeldung unter www.hfwu.de/dmx-mba , kostenfreie Stornierung bis 31.08.2025
Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen) u. Kombiabschluss Diploma + MBA/ M.Sc	Oktober/ November 2025	Jeweils zwei Wochen vor Kursstart -> einzelne Startdaten pro Kurs siehe unter: www.hfwu.de/dmx-anm
Zert. KI-Manager und Diploma of Advanced Studies (8 Fachrichtungen)		
Kursmodule des MBAs + M.Sc. als einzelne Zertifikatskurse		