

Zweiter Digital-MBA-Grad/ „Doppelabschluss“

in fünf Fachrichtungen



Welche zusätzliche Abschlussmöglichkeit gibt es?

„Doppelabschluss“ in einer der fünf MBA-Fachrichtungen

- **Zweiter MBA-Grad** in weiterer Fachrichtung durch Zusatzbelegung von nur 1-3 Kursmodulen, *falls MBA mit Abschlussnotenschnitt von mind. 2,3 absolviert*
- **1-3 Modulen** aus der jeweiligen neuen Fachrichtung zu belegen – (teilweise) schon im 4. Sem. parallel zur Thesis oder später
- Gebühren:
EUR 1.150; EUR 2.250 oder EUR 3.250
+ Prüfungsgebühr von EUR 200
(plus ggf. für Betreuung zweiter Masterarbeit EUR 1.000, falls Masterarbeitsnote > 2,0)

Antrag auf Zulassung über Weiterbildungs- akademie während oder nach dem MBA-Erst- Studium:

- Formular wird in nächsten Tagen/ Wochen zugänglich gemacht
- während MBA-Studium formal erstmal nur Kursbelegung und Zulassung zu MBA-Doppeldiplom + Kursanrechnung mit Erhalt erstem MBA-Abschluss

Anmeldung und Antrag auf Zulassung an der HfWU für den **Doppelabschluss** des Digital-MBA-Programms (Externenprüfung § 33 LHG)

Bewerbung für eine weitere Fachrichtung § 5 Abs. 5

- Digital Business & Leadership
- Digital Marketing & Sales
- Digital Operations Management
- Digital Management & Analytics
- Digital & Sustainable Management

- Start Sommersemester 20_____
- Start Wintersemester 20_____

1. Anmeldung

Anrede: Herr Frau Divers keine Angabe

Nachname: _____

Vorname: _____

Straße, Hausnummer: _____

PLZ: _____ Ort: _____

Geburtsdatum: _____ Geburtsort: _____

Staatsangehörigkeit: _____

Telefon: _____ Mobil: _____

E-Mail privat: _____ E-Mail geschäftlich (optional): _____

Hiermit melde ich mich an der HfWU Akademie e.V. auf Grundlage der mir bekannten Externenprüfungsordnung (EPO) in der jeweils geltenden Fassung und den nachfolgenden Vertragsbedingungen an.

Die Zulassung oder die vorläufige Zulassung zur Externenprüfung an der HfWU ist Grundlage für das Zustandekommen dieses Vertrags.

Zur Externenprüfung kann zugelassen werden, wer folgende Voraussetzungen erfüllt:

1. Einen abgeschlossenen MBA Digital Business & Leadership oder MBA Digital Marketing & Sales oder MBA Digital Operations Management oder MBA Digital Management & Analytics der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn WiSe 2022/23, gültig ab 01.09.2022) oder
2. einen abgeschlossenen MBA Digital Business, Management & Leadership oder MBA Digital Management, Marketing & Sales der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn SoSe 2021, gültig ab 01.03.2021) oder
3. einen abgeschlossenen MBA Digital Management & Marketing der HfWU (Prüfungsordnung ab Studienbeginn SoSe 2019, gültig ab 01.03.2019).
4. Nachweis einer hinreichenden Vorbereitung auf die Externenprüfung durch Teilnahme an den Vorlesungen der beantragten Fachrichtung.

Modulübersicht Digital MBA

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

Möglichkeit zum Doppelabschluss mit zweitem MBA-Grad *

* ab SoSe 2026 auch M.Sc. AI & Data Science (vorbehaltlich Gremien-Beschlüssen)

Doppelabschluss in einer von fünf Fachrichtungen

1. MBA- Ab- schluss	Digital & Sustainable Management (DNX)				Digital Business & Leadership (DBX)				Digital Operations Management (DOX)				Digital Management & Analytics (DAX)				Digital Marketing & Sales (DSX)			
Anzahl weiterer Kurse *	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse	2 weitere Kurse	1 weiterer Kurs	2 weitere Kurse	1 weitere Kurse	3 weitere Kurse	1 weiterer Kurs	1 weiterer Kurs	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse	1 weiterer Kurs	1 weiterer Kurs	3 weitere Kurse	2 weitere Kurse	3 weitere Kurse	1 weiterer Kurs
	DBX	DOX	DAX	DSX	DNX	DOX	DAX	DSX	DNX	DBX	DAX	DSX	DNX	DBX	DOX	DSX	DNX	DBX	DOX	DAX

* bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodulare | min. jedoch 1 weiterer Kurs

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

„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 Unter-

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.

Module 2. MBA

Digital & Sustainable Management

Principles of Sustainability Management

SoSe 26



Lernziele/ -inhalte:

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

Innovation & Entrepreneurship For Sustainability Management

SoSe 26



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

SoSe 26



Lernziele/ -inhalte:

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

Trend Topics Sustainability Management

WiSe 25 /26
(ab 17.10.2025)



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Leadership & Agile Management

SoSe 26



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

- **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**
- Management digitaler Geschäftsmodelle

Module 2. MBA

Digital Business & Leadership

Digital Leadership & Agile Management

SoSe 26



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

SoSe 26



Lernziele/ -inhalte:

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

Digital Sales & E-Commerce

WiSe 25 /26
(ab 11.10.2025)



Lernziele/ -inhalte:

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

Data-based B2B Business Models & Platforms

SoSe 26



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

WiSe 25 /26
(ab 21.11.2025)



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.

Module 2. MBA

Digital Operations Management

Digitalization of Indus. Value Chains & Innovation Mgmt.

WiSe 25 /26
(ab 07.11.2025)



Lernziele/ -inhalte:

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



Digital Supply Chain Management

WiSe 26 /27



Lernziele/ -inhalte:

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



Data-based B2B Business Models & Platforms

SoSe 26



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 Controlling & AI Based Process Automation

SoSe 26



Lernziele/ -inhalte:

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



Digital Business Planning, Steering & Valuation

WiSe 25 /26
(ab 21.11.2025)



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

Module 2. MBA

Digital Management & Analytics

Digital Controlling & AI Based Process Automation

SoSe 26



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

SoSe 26



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

WiSe 25 /26
(ab 21.11.2025)



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

WiSe 26 /27



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

WiSe 25 /26
(ab 17.10.2025)



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“, welches hierfür anrechenbar ist

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**

Module 2. MBA

Digital Marketing & Sales

**Advanced & Programmatic
Digital Marketing**

WiSe 26 / 27



Lernziele/ -inhalte:

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

**Digital Marketing Strategy,
Branding & Campaign Management**

SoSe 26



Lernziele/ -inhalte:

- Digitale/ KI-basierte (internationale) Marketingstrategien & Growth Hacking
- Digital (Global) Brand Building & Management, Online-Kanalmix-Strategien inkl. AI/ Metaverse, (weltweite) Kampagnenplanung und -simulation
- Digitales B2C- und B2B-Brand-Marketing, Globales Markenrollout Konzept

**Social Media, Content &
Influencer Marketing**

SoSe 26



Lernziele/ -inhalte:

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



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

WiSe 25 /26
(ab 19.12.2025)



Lernziele/ -inhalte:

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

inkl. Zertifizierung in



Digital Sales & E-Commerce

WiSe 25 /26
(ab 11.10.2025)



Lernziele/ -inhalte:

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

Kurs AI Application Workshop/ KI-Werkstatt = *neu im MBA-Curriculum ab WiSe 25/26 und als Doppelabschlusskurs nutzbar*

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
- Prompt- & Content Engineering

+

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
- Search Engine, Performance Marketing & Web 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)

*Die Module „Web & People Analytics“ und „Search Engine, Performance Marketing & Web Analytics“ sind **nicht kombinierbar** für den Erwerb des Zertifikats „Zertifizierter KI-Manager (HfWU Akademie)“.

Weitere Infos unter www.ki-manager.pro

Promovieren mit der Digital Business School

Dein nächster akademischer Schritt

- Unsere Partnerhochschulen und -universitäten bieten Dir den nächsten akademischen Schritt: Flexible Promotionsstudiengänge mit starkem Praxisbezug – ideal für Berufstätige und MBA-Alumni!
- **Universitäres Hochschulinstitut Schaffhausen (HSSH)** (Schweiz):
 - [Dr. rer. soc. oec. \(Doktor der Sozial- und Wirtschaftswissenschaften\)](#)
 - [Ph.D. \(Doctor of Philosophy\)](#)
- **Privatuniversität Schloss Seeburg** (Salzburg, Österreich):
 - [Dr. rer. soc. oec. \(Innovation & Creativity Management\)](#)
- **Triagon Academy** (Online Face-to-Face Studium):
 - [DBA \(Doctor of Business Administration\)](#)

Deine Vorteile auf einem Blick

- ✓ Berufsbegleitende Studienformate – flexibel & ortsunabhängig
- ✓ Praxisnahe Forschung mit Relevanz für Wirtschaft & Gesellschaft
- ✓ International anerkannte akademische Abschlüsse
- ✓ Persönliche Betreuung durch erfahrene Wissenschaftler:innen & Praktiker:innen

Ansprechpersonen

Infos & Formulare in Fuxam & ILIAS und unter:
<https://www.hfwu.de/studium/studienangebot/fbf/digital-mba-studienprogramm/doppelabschluss/>

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 C110 | Raum 343

Sigmaringer Str. 25

72622 Nürtingen



Studienberatung

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

waf@hfwu.de

HfWU Akademie
Hochschule für Wirtschaft und Umwelt

Nürtingen-Geislingen

Neckarsteige 6-10

76222 Nürtingen

