

Digital-MBA- Doppelabschluss

in fünf Digital-MBA-Fachrichtungen



Welche zusätzliche Abschlussmöglichkeit gibt es?

Doppelabschluss in einer der vier neuen MBA- Fachrichtungen

- MBA-Zusatzabschluss in neuer Fachrichtung durch Zusatzbelegung von nur 1-3 Kursmodulen, *falls MBA absolviert wurde mit Gesamtabchlussnote von mind. 2,3*
- **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		Digital Marketing Strategy, Branding & Campaign Mgmt.		
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 Sales & E-Commerce
Innovation & Entrepreneurship for Sustainability Mgmt.	Data-based B2B Business Models & Platforms		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	
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

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

Doppelabschluss in einer von vier Fachrichtungen

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

* bei regulärer Belegung der jeweiligen Fachrichtungsmodulare | min. jedoch 1 weiterer Kurs
 DNX = neue MBA-Fachrichtung Digital & Sustainable Management

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



Module 2. MBA

Digital Business & Leadership

im
SoSe 25

Digital Leadership & Agile Management

1. MBA
DSX/DAX/DOX



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



Manuel Pflumm:

- Gründer und Geschäftsführer der talentturbine GmbH
- Co-Gründer und Geschäftsführer des Ed-Tech-Startups Leaderfy GmbH
- Ehemaliger Geschäftsführer im indischen Tata-Konzern
- Experte für Führungs- & Talententwicklung, sowie agile Organisationsentwicklung



Marco Pfeiffer:

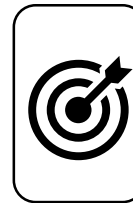
- Leiter Business Center Digital & Smart Products bei Festool
- Langjährige Führungskraft bei der LBBW, der Hugo Boss AG und bei Diconium
- Erfahrung insbesondere in den Bereichen Digitalisierung, Projektmanagement, Transformation und Innovation im Agentur- sowie im Corporate-Umfeld, sowie als Projektleiter und Berater



im
SoSe 25

Digital HR Management

1. MBA
DSX/DAX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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



Dr. Claudia Salomon:

- Gründer-GF des Beratungs-Startups HR Tech Consulting
- HR Tech Consulting Expertin 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



Ingo Gugisch:

- Vice President People Relations bei 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



Benjamin Federle:

- Personalleiter bei Electrolux Professional, ehemals 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 und Digital/ Social Recruiting



Module 2. MBA

Digital Business & Leadership

im
WiSe 24 /25

Digital Business Planning, Steering & Valuation



1. MBA DSX



Lernziele/ -inhalte:

- Business Planning für digitale Geschäftsmodelle
- Performance Management für digitale Geschäftsmodelle
- Venture Valuation
- Evaluation digitaler Geschäftsmodelle nach gängigen Bewertungsverfahren



Oliver Würtenberger:

- Mehrfache Tätigkeit als Interims-CFO bei Digital-/ Start-Up-Unternehmen, u.a. bei tado° GmbH und merolt GmbH
- Langjähriges Erfahrung im Investment Banking (u.a. bei Morgan Stanley) und im Private Equity
- & Venture/ Growth Capital (u.a. bei H.I.G. Capital)



Marc Flammer:

- Leiter Business & Process Management bei der HUGO BOSS AG und Experte in der UNECE-Initiative
- Umfangreiche Führungserfahrung im Corporate-, Mittelstands- und Start Up-Umfeld
- Experte für Digitalisierung & Supply Chain Management (insbes. RFID & Blockchain)

HUGO BOSS

Digital Sales & E-Commerce

1. MBA
DAX/DOX

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales

Data-based B2B Business Models & Platforms

1. MBA
DSX/DAX

» siehe Fachrichtung Digital Operations Management

Fachrichtung Digital Operations Management

Primäre Zielgruppe

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



Module 2. MBA

Digital Operations Management

Dig. of Industrial Value Chains & Innovation Mgmt.

im
WiSe 24/25

1. MBA
DSX/DAX/DBX



Lernziele/ -inhalte:

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



Data-based B2B Business Models & Platforms

im
SoSe 25

1. MBA
DSX/DAX



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



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



Edgar Müller:

- CEO und Co-Founder Akkurent und Smiling Venture
- Aufbau von Corporate Incubators & VC Bereichen für KMUs
- Experte für Geschäftsmodell- & Strategieentwicklung und Digitalisierung
- Zertifizierter Coach für Unternehmensentwicklung



Dr. Christian Lerch:

- Leiter des Geschäftsfelds Industrieller Wandel und neue Geschäftsmodelle am Fraunhofer ISI
- Langjährige Erfahrung in der wirtschaftsnahen Forschung
- Begleitung und Beratung zahlreicher Unternehmen bei der Umsetzung von Innovationsprojekten und Geschäftsmodellen
- Experte für Business Development und Digital Transformation



Module 2. MBA

Digital Operations Management

Digital Supply Chain Management

im
SoSe 25

1. MBA
DSX/DAX/DBX



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Monika Reintjes:

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



Marc Flammer:

- Leiter Business & Process Management bei der HUGO BOSS AG und Experte in der UNECE-Initiative
- Umfangreiche Führungserfahrung im Corporate-, Mittelstands- und Start Up-Umfeld
- Experte für Digitalisierung & Supply Chain Management (insbes. RFID & Blockchain)

HUGO BOSS

Digital Business Planning, Steering & Valuation

1. MBA DSX

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

Digital Controlling & AI Based Process Automation

1. MBA
DSX/DAX

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

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



Module 2. MBA

Digital Management & Analytics

Digital Controlling & AI Based Process Automation

im
SoSe 25

1. MBA
DSX/DBX



Lernziele/ -inhalte:

- Digitalisierung des Controlling
- Data Science
- Data Analytics
- Business Analytics
- Process Mining & Optimization



Prof. Dr. Ulrich Sailer:

- Professor für Controlling und ehemals Pro-Rektor der HfWU
- Studiendekan des Masterstudiengangs Controlling
- umfangreiche Erfahrung in leitenden Positionen in einem internationalen Konzern und im Mittelstand
- Experte für Digitalisierung und Nachhaltigkeit im Controlling



Malte Horstmann:

- Geschäftsführer OMM Solutions
- Industrie 4.0 Scout des VDMA und des Landes Baden Württemberg
- Schwerpunkt: digitale Transformation von der Planung bis zur Umsetzung
- Studium Wirtschaftsinformatik



Machine Learning & Big Data Analytics

im
SoSe 25

1. MBA
DBX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

- Maschinelles Lernen
- Forecasting
- Big Data Analytics (Text Mining, Image Mining)
- Predictive Analytics
- CRM Analytics



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



Dr. Stefanie Seifert:

- Head of Analytics bei DYMATRIX Consulting
- Experte für Data Science & Customer Intelligence
- Umfangreiche Consultingenerfahrung in Marketing Automation und Data Driven Marketing



Module 2. MBA

Digital Management & Analytics

Data Management & Visual Analytics

im
WiSe 24 /25

1. MBA
DSX/DOX/DBX



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Sebastian Moll:

- Professor für quantitative Methoden in der BWL
- Head of Analytics bei Dymatrix
- Experte für Data Science und Market Analytics



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



Gabriel Fechir:

- Berater für mehr als 50 namhafte Unternehmen aus dem deutschen Mittelstand und DAX
- -Routinier an der Schnittstelle zwischen Business Requirements, IT-Architektur und Projektmanagement
- -Trainer und Dozent für die Themengebiete Cloud Computing und Data Management

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

1. MBA
DBX/DOX

» siehe Fachrichtung Digital Marketing & Sales

Digital Business Planning, Steering & Valuation

1. MBA DSX

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

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



Module 2. MBA

Digital Marketing & Sales

Advanced & Programmatic Digital Marketing

im
SoSe 25

1. MBA
DBX/DAX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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



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)



Martin Böhringer:

- Director Marketing & E-Commerce bei Object Carpet und ehemals der Zeltwanger Holding
- Erfahrung im B2C & B2B Marketing
- Dozent an der Hochschule Reutlingen

**OBJECT
CARPET**

Social Media, Content & Influencer Marketing

im
SoSe 25

1. MBA
DBX/DAX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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



Markus Besch:

- Vorstand NextDBI AG und Gründer des SocialMedia Institute mit Hauptsitz in Stuttgart und San Francisco
- Veranstalter der Mercedes-Benz Social Media Night
- Experte für Social Media Management und Marketing



Julia Lehmann:

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

OnFore

Module 2. MBA

Digital Marketing & Sales

Digital Sales & E-Commerce

im
WiSe 24 /25

1. MBA
DAX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Dirk Funck:

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



Markus Fost (MBA):

- Managing Partner der Strategieberatung FOSTEC & Company
- Gründer & Geschäftsführer FOSTEC Ventures
- Experte für E-Commerce, Online Geschäftsmodelle und digitale Transformation



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

Search Engine/ Performance Marketing & Web Analytics

im
WiSe 24 /25

1. MBA
DBX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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

inkl. Zertifizierung in



Tobias Fox:

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



Machine Learning & Big Data Analytics

1. MBA
DBX/DOX

» siehe Fachrichtung Digital Management & Analytics

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



Module 2. MBA

Digital & Sustainable Management

Principles of Sustainability Management

im
WiSe 24/25 *

1. MBA
DSX/DAX/DBX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

- Konzept der Nachhaltigkeit verstehen
- Einführung von Nachhaltigkeitsmanagement und –berichtserstattung
- Nachhaltigkeitsstrategie
- GRI



Prof. Dr. Robert Gabriel:

- Professor für Nachhaltigkeit in der BWL an der HfWU
- Prodekan Fakultät Betriebswirtschaft und Internationale Finanzen
- Experte für Innovationsmanagement



Innov. & Entrepreneurship for Sustain. Management

im
SoSe 25 *

1. MBA
DSX/DAX/DBX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. Christian Arndt:

- Professor für Sustainable Foreign Trade
- Gründungsdekan des Studiengangs „Zukunftsökonomie (B.Sc.)“
- Leitung des Zentrums für nachhaltige Entwicklung (ZNE) der HfWU
- Leitung des HfWU Startup-Campus „Zukunft.Gründen“ (ZuG)



* vorläufige Terminplanung

Module 2. MBA Digital & Sustainable Management

Sustainability Marketing

im
SoSe 25 *

1. MBA
DSX/DAX/DBX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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



Prof. Dr. André Bühler:

- Professor für Marketing und Sportmanagement an der HfWU
- Direktor des Deutschen Instituts für Sportmarketing
- Studiendekan für den berufsbegleitenden Masterstudiengang „Prozessmanagement (M.Sc.)“



Trend Topics Sustainability Management

im
WiSe 25/26 *

1. MBA
DSX/DAX/DBX/DOX



Lernziele/ -inhalte:

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



Lukas Bosch:

- Founder & CEO HOLYCRAB! (Sustainable Food Start-Up)
- Consultant & Speaker bosch& (Nachhaltigkeits- und Innovationsberatung)
- Autor u.a. des Buchs „OEKO-NOMIE“
- Mehrjährige Erfahrung in der Beratung von Konzernen, Mittelstand & Start-ups

Digital Leadership & Agile Management

1. MBA
DSX/DAX/DOX

» siehe Fachrichtung Digital Business & Leadership

* vorläufige Terminplanung

Ansprechpersonen

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



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

