

Erster Jahrgang des Executive MBA im Ziel

Am 24. November 2006 nahmen die 17 Absolventen des ersten Jahrgangs des Executive MBA im Weiterbildungsprogramm ihre Zeugnisse entgegen. 15 Monate berufsbegleitenden Studiums mit Doppelbelastung durch Studium und Beruf waren erfolgreich bewältigt. In seiner Rede als Vertreter der »Class of 2006« resümierte Jörg Allgäuer: »Die eigentliche Leistung bestand darin, die eigenen Grenzen zu überschreiten und somit sich selbst zu erweitern. Damit erfuhren wir am eigenen Leib: Durch Hindernisse wird man größer. Ein MBA ist vor allem eine Reise zu sich selbst, ein langer geistiger, körperlicher und emotionaler Marathon.«

Auf der Graduierungsfeier bestätigte TUM-Vizepräsident Prof. Arndt Bode vor rund 100 Gästen aus Politik, Wirtschaft und Hochschule die

bei der Überlegung, mittelfristig auch weitere Executive MBA-Programme mit anderen Schwerpunkten anzubieten.« Die Auszeichnung als »Bester Student« der »Class of 2006« erhielt Helge Hoffmeister, Vice President Corporate Communications in der Unternehmenskommunikation. Als »Bester Dozent« wurde Dr. Frank Piller geehrt, Privatdozent am Massachusetts Institute of Technology (MIT) in den USA und zuvor an der TUM Leiter der Forschungsgruppe »Customer-Driven Value Creation«.

Bereits vor der Zeugnisübergabe hatte sich der MBA in »Communication and Leadership« für die Teilnehmer ausgezeichnet. Knapp 35 Prozent konnten sich beim Gehalt verbessern, 25 Prozent stiegen im eigenen Unternehmen auf. Einige Teilnehmer orientierten sich beruflich neu und schafften den Karrieresprung. »Im Anschluss



Nach amerikanischem Vorbild trugen die MBA-Absolventen »Cap and Gown«.

Foto:
Afschin Lagies

Bedeutung des Programms für die TUM: »Die Stärkung der Weiterbildung ist ein wesentlicher Baustein im Zukunftskonzept der Exzellenzinitiative«. Prof. Christoph Kaserer, Dekan der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, betonte: »Die Erfahrungen mit dem erfolgreichen Executive MBA mit Fokus auf Kommunikation und Führung bestärken unserer Fakultät

an das Programm habe ich einen völlig neuen Berufsweg in der klassischen Unternehmensberatung eingeschlagen«, berichtet Absolventin Julia Meise, die zuvor als PR-Beraterin in einer Agentur arbeitete.

Susanne Beeck

www.communicate-programm.de

Qualitätskultur und Hochschulbildung

Vom 23. bis 25. November 2006 fand an der TUM das European Forum for Quality Assurance zum Thema »Embedding Quality Culture in Higher Education« statt, organisiert von der European University Association (EUA), dem Europäischen Verband für Qualitätssicherung in der Hochschulbildung (ENQA), den Nationalen Studentenvertretungen in Europa (ESIB) und dem Europäischen Verband der Institutionen in der Hochschulbildung (EURASHE). Ziel des Forums war es, die führenden Agenturen für Qualitätssicherung und -akkreditierung mit den führenden Institutionen der Hochschulbildung zusammenzubringen, um ein gemeinsames Verständnis darüber zu finden, wie man Qualitätssicherung europaweit weiter fördern kann.

Das Forum, die erste Initiative dieser Art in Europa, entstand aus der Erkenntnis heraus, dass die Qualität betreffende Diskussionen vorrangig auf nationaler Ebene stattfinden – und in europäischem Rahmen geführte den Dialog zwischen den Universitäten und den Agenturen für Qualitätssicherung bzw. -akkreditierung nicht erleichtern. Deshalb wollte man diese beiden Gruppen zusammenbringen, um zu untersuchen, wie Vorgänge der Qualitätssicherung sich entwickeln, und wie sie sich an neu zum Vorschein kommende Hochschulbildungstrends anpassen sollten.

Die EUA vertritt auf europäischer Ebene sowohl die nationalen Rektorenkonferenzen als auch die einzelnen Universitäten. Ihr gehören 780 Universitäten und Rektorenkonferenzen aus 46 Ländern Europas an. Sie setzt sich ein für ein Europa des Wissens mit starken Universitäten.

Erste Master Consumer Science

ten, die eine forschungsbasierte Lehre anbieten; sie will eine Entwicklung der europäischen Universitäten fördern, die auf den zentralen Werten Gleichheit und Zugang, Forschung und Wissenschaft als integralen Bestandteilen der Hochschulbildung, hoher wissenschaftlicher Qualität und kultureller und sprachlicher Vielfalt basiert; und es soll ein möglichst hohes Niveau an Qualität, Management und Führung in der Europäischen Hochschulbildung gepflegt werden. Im Bereich Lehre soll der Bologna-Prozess im Mittelpunkt stehen, im Bereich der Forschung soll gewährleistet werden, dass das volle Potential der Universitäten in der Produktion von Wissen, seiner Weitergabe, Verbreitung und Verwendung in technologischer Innovation realisiert wird, um so den Beitrag der Universitäten zu Innovation und nachhaltiger wirtschaftlicher Entwicklung zu maximieren.

Natur- und Ingenieurwissenschaftler sind sie nun nicht mehr, die ersten zwölf Absolventen des Masterstudiengangs Consumer Science; zumindest nicht mehr ausschließlich. Seit dem Tag der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften der TUM am 17. November 2006 sind sie – ähnlich

Bewerbungsschluss für den Masterstudiengang ist jeweils der 31. Mai (Wintersemester) bzw. der 31. Dezember (Sommersemester). Nähere Informationen unter:
www.cs.wi.tum.de



den MBA-Absolventen - auch offiziell Wirtschaftswissenschaftler. Das besondere dabei: Sie sind die Ersten in Deutschland.

Vor zwei Jahren hat die TUM als erste deutsche Universität an ihrer noch jungen wirtschaftswissenschaftlichen Fakultät den Masterstudiengang Consumer Science eingeführt. Sie griff damit eine weltweite Entwicklung auf, die verstärkt den Konsumenten in seinem komplexen sozialen, ökologischen und ökonomischen Umfeld in den Mittelpunkt rückt. Die Absolventen haben sich dieser inhaltlichen Herausforderung angenommen. Sie verfügen nicht nur über ein solides wirtschaftswissenschaftliches und forschungsmethodisches Basiswissen, sondern auch über vertiefende Kenntnisse auf dem Gebiet der Consumer Science, etwa in Konsum-

psychologie, Verbraucherverhalten oder Verbraucherpolitik. Bei ihren Abschlussarbeiten wurden sie aktiv in die laufenden Forschungsprojekte unterschiedlicher Lehrstühle eingebunden. Insbesondere in dem eng mit dem Studiengang verbundenen Verbundforschungsprojekt »Nachhaltiger Konsum und Verbraucherpolitik im 21. Jahrhundert« haben sie mit ihren Arbeiten wichtige Beiträge geleistet.

Neben den hohen Anforderungen der Lehrveranstaltungen und Prüfungen hatten die Studierenden mit den Tücken eines noch jungen Studiengangs zu kämpfen. Die Offenheit in der Aufbauphase bot aber auch die seltene Gelegenheit, den Aufbau eines Studiengangs aktiv mitzugestalten. Neben der Teilnahme an umfangreichen Qualitätszirkeln und Workshops haben die Absolventen stetig den Kontakt zu dem Organisations- und Dozententeam gesucht und ihre Ideen eingebracht. Der große Erfolg auf dem Arbeitsmarkt, insbesondere in der Konsumgüterindustrie, gibt dem innovativen Konzept Recht. Der Studiengang wird vom Bayerischen Staatsministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz gefördert.

Zwei Absolventinnen des Masterstudiengangs Consumer Science, Claudia Dülk (l.) und Iris Edelmann, mit Prof. Frank-Martin Belz (2.v.l.), Academic Director des Studiengangs, und Wolfgang Lazik, Amtschef des Bayerischen Staatsministeriums für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz.

Foto: Marcus Vetter

Jasmin Pobisch