

## 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](http://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