

Mit Unterstützung des



**Baden-Württemberg**

MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KUNST

# Weiterbildungsstudie in der Region Ulm

Markt- und Bedarfsanalyse zum Thema Weiterbildung

Teilvorhaben im Projekt „NOW:Master - Nachfrageorientierte Weiterbildung bis zum Masterabschluss“ der Universität Ulm und der Hochschule Ulm. „Initiativen zum Ausbau berufsbegleitender Masterangebote“ des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst, Baden-Württemberg

**Daniel Schallmo, Andreas Schöler**

ITOP-Schriftenreihe Nr. 3

ISSN 2199-4919

## **Projektteam**

### *Projektleitung*

Dr. Daniel Schallmo

### *Stellvertretende Projektleitung*

Andreas Schöler

### *Projektinitiatoren*

Prof. Dr. Leo Brecht, Universität Ulm

Dr. Gabriele Gröger, Universität Ulm

Prof. Dr.-Ing. Hermann Schumacher, Universität Ulm

### *Projektunterstützer*

Katja Becker, Universität Ulm

Dr. Jennifer Blank, Hochschule Biberach

Prof. Dr. Norbert Büchter, Hochschule Biberach

Martina Doleghs, IHK Ulm

Andreas Dzionara, IHK Ulm

Prof. Dr. Tibor Kesztyüs, Hochschule Ulm

Götz Maier, Südwestmetall

Dr. Tobias Mehlich, HWK Ulm

Angelika Mende, Hochschule Ulm

Jonas Pürckhauer, IHK Ulm

Otto Sälzle, IHK Ulm

Sonja Sälzle, Hochschule Biberach

Prof. Dr.-Ing. Wolfgang Schroer, Hochschule Ulm

Prof. Dr. Ulrich Stadtmüller, Universität Ulm

Frau Christina Starz, Hochschule Neu-Ulm

## **Impressum**

### ***Herausgeber***

Prof. Dr. Leo Brecht, Institutsdirektor

Institut für Technologie- und Prozessmanagement

Universität Ulm

Helmholtzstraße 22

D-89081 Ulm

Fon +49(0)731 50 32 300

Fax +49(0)731 50 32 309

E-Mail: [leo.brecht@uni-ulm.de](mailto:leo.brecht@uni-ulm.de)

Internet: [www.uni-ulm.de/mawi/itop.html](http://www.uni-ulm.de/mawi/itop.html)

***Druck***

Copyright © by Prof. Dr. Leo Brecht, Universität Ulm.  
Diese Publikation ist urheberrechtlich geschützt.

Ulm, April 2015. Printed in Germany.

# Inhaltsverzeichnis

Impressum.....	I
<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>III</b>
<b>1 Executive Summary.....</b>	<b>9</b>
<b>2 Die School of Advanced Professional Studies (SAPS).....</b>	<b>13</b>
<b>3 Studien-Design.....</b>	<b>14</b>
3.1 Marktanalyse .....	14
3.1.1 Auswahl der Hochschulen.....	14
3.1.2 Festlegung der Kriterien und Datenerhebung .....	16
3.2 Bedarfsanalyse potentielle Studierende.....	17
3.2.1 Leitfadengestützte Interviews .....	18
3.2.2 Onlinebefragung potentieller Studierenden.....	18
3.3 Bedarfsanalyse Unternehmen .....	21
3.3.1 Unternehmensinterviews .....	22
3.3.2 Onlinebefragung der Unternehmen .....	24
<b>4 Studien-Ergebnisse.....</b>	<b>28</b>
4.1 Marktanalyse .....	28
4.1.1 Überblick über die Studiengänge.....	28
4.1.2 Master of Business Administration.....	29
4.1.3 Masterstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften .....	31
4.1.4 Masterstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften.....	33
4.1.5 Bachelorstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften.....	33
4.1.6 Bachelorstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften .....	34
4.2 Bedarfsanalyse potentielle Studierende.....	35
4.2.1 Inhaltliche Gestaltung .....	35
4.2.2 Strukturelle Gestaltung.....	39
4.2.3 Finanzielle Gestaltung.....	43
4.3 Bedarfsanalyse Unternehmen .....	46
4.3.1 Leitfadengestützte Interviews .....	46
4.3.2 Onlinebefragung .....	52
<b>5 Empfehlungen.....</b>	<b>55</b>
5.1 Empfehlungen zur inhaltlichen Gestaltung.....	55
5.2 Empfehlungen zur strukturellen Gestaltung.....	59

5.3	Empfehlungen zur finanziellen Gestaltung.....	63
5.4	Allgemeine Empfehlungen.....	64
<b>6</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>66</b>
<b>7</b>	<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>67</b>
<b>8</b>	<b>Anhang .....</b>	<b>69</b>
8.1	Masterstudiengänge aus der Informatik/Mathematik und Medizin/Pharmazie .....	69
8.2	Interviewleitfaden für potentielle Studierende.....	71
8.3	Onlinebefragung für potentielle Studierende .....	74
8.4	Teilnehmerstatistiken für Onlinebefragung Studierende.....	80
8.5	Interviewleitfaden Unternehmen.....	81
8.6	Onlinebefragung für Unternehmen .....	84

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Überblick der Weiterbildungsstudie .....	10
Abbildung 2: Auswahl der Hochschulen zur Erhebung des derzeitigen Weiterbildungsangebots (erstellt mit Google Maps Engine©) .....	15
Abbildung 3: Altersverteilung der Teilnehmer; N=80 .....	18
Abbildung 4: Verteilung der Teilnehmer nach besuchter Hochschulform; N=80 .....	19
Abbildung 5: Verteilung der Teilnehmer nach Hochschulabschluss; N=80.....	19
Abbildung 6: Verteilung der Teilnehmer nach Hochschulausbildung (Fachrichtung) ; N=80 .....	20
Abbildung 7: Verteilung der Teilnehmer nach Tätigkeit in Unternehmensbereichen; N=80 .....	20
Abbildung 8: Verteilung der Teilnehmer nach Position im Unternehmen; N=80 .....	21
Abbildung 9: Verteilung der Unternehmen nach Wirtschaftszweig; N=16.....	23
Abbildung 10: Verteilung der Unternehmen nach Umsatz; N=16 .....	23
Abbildung 11: Verteilung der Unternehmen nach Mitarbeiterzahl am Standort; N=16 .....	24
Abbildung 12: Verteilung der Unternehmen nach Postleitzahlenbereich; N=133.....	25
Abbildung 13: Verteilung der Unternehmen nach Wirtschaftszweig; N=133.....	26
Abbildung 14: Verteilung der Unternehmen nach Umsatz; N=133 .....	26
Abbildung 15: Verteilung der Unternehmen nach Mitarbeiteranzahl; N=133 .....	27
Abbildung 16: Master of Business Administration (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 90 LP (ECTS) in normal, mit 60 LP (ECTS) in <i>kursiv</i> ); N=25 .....	30
Abbildung 17: Masterstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 90 LP (ECTS) in normal, mit 60 LP (ECTS) in <i>kursiv</i> ); N=28 .....	32
Abbildung 18: Masterstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 90 LP (ECTS) in normal, mit 60 LP (ECTS) in <i>kursiv</i> ); N=22.....	33
Abbildung 19: Bachelorstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften (Studiengänge mit 210 LP (ECTS) in fett, mit 180 LP (ECTS) in normal, mit 120 LP (ECTS) in <i>kursiv</i> ); N=10 .....	34
Abbildung 20: Bachelorstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften (Studiengänge mit 210 LP (ECTS) in fett, mit 180 LP (ECTS) in normal); N=7 .....	35
Abbildung 21: Bedarf an berufsbegleitenden Studiengängen nach Fachrichtung; Mehrfachnennung möglich .....	36
Abbildung 22: Bedarf zur Vermittlung von bereichsspezifischen Fachkompetenzen; N=80 .....	36
Abbildung 23: Bedarf zur Vermittlung von Sachkompetenzen; N=80 .....	37
Abbildung 24: Bedarf zur Vermittlung von Methodenkompetenzen; N=80.....	37
Abbildung 25: Bedarf zur Vermittlung von Sozialkompetenzen; N=80.....	38
Abbildung 26: Bedarf zur Vermittlung von Anwendungskompetenz; N=80.....	38
Abbildung 27: Bedarf zu inhaltlichen Aspekten eines berufsbegleitenden Studienganges; N=80 .....	39
Abbildung 28: Nachgefragte Hochschulform für ein berufsbegleitendes Studium; Mehrfachnennung möglich .....	39
Abbildung 29: Nachgefragtes Weiterbildungsprogramm für ein berufsbegleitendes Studium; Mehrfachnennung möglich .....	40
Abbildung 30: Wichtigkeit struktureller Aspekte eines berufsbegleitenden Studienganges; N=80.....	40
Abbildung 31: Bedarf zur Form und Bereitstellung der Lehrinhalte; N=80.....	41
Abbildung 32: Bedarf zur Form der Leistungsnachweise; N=80 .....	41
Abbildung 33: Bedarf zur Form der Prüfungsvorbereitung; N=80 .....	41
Abbildung 34: Bedarf zum optimalen Anteil an Präsenzphasen an einem berufsbegleitenden Studium; N=80 .....	42
Abbildung 35: Bedarf zur Form der Präsenzzeiten; Mehrfachnennung möglich .....	42

Abbildung 36: Bedarf zur anteiligen Aufwendung an Urlaubstagen für Präsenzphasen eines berufsbegleitenden Studiums; N=80.....	43
Abbildung 37: Bedarf zu maximalen Kosten berufsbegleitender Masterstudiengänge; N=80.....	43
Abbildung 38: Bereitschaft zur anteiligen Übernahme der Kosten eines berufsbegleitenden Studiums; N=80 .....	44
Abbildung 39: Gründe für die Aufnahme eines berufsbegleitenden Studiums; Mehrfachnennung möglich .....	44
Abbildung 40: Gründe gegen die Aufnahme eines berufsbegleitenden Studiums; Mehrfachnennung möglich .....	45
Abbildung 41: Bereitschaft zur Aufnahme eines berufsbegleitenden Studiums; N=80.....	45
Abbildung 42: Entscheidungskriterien bei der Auswahl der Hochschule; N=80 .....	46
Abbildung 43: Anzahl der Mitarbeiter, die sich im Jahr 2014 in berufsbegleitenden Masterstudiengängen befunden haben; N=16 .....	47
Abbildung 44: Gründe für Weiterbildung in Unternehmen; Mehrfachnennung möglich .....	47
Abbildung 45: Bedarf an Studiengängen nach Fachrichtung; Mehrfachnennung möglich .....	48
Abbildung 46: Bedarf an Studiengängen; die 10 meistgenanntesten Studiengänge; Mehrfachnennung möglich .....	48
Abbildung 47: In Frage kommende Hochschularten für die Weiterbildung; Mehrfachnennung möglich .....	49
Abbildung 48: Mechanismen für die Freistellung der Mitarbeiter; Mehrfachnennung möglich.....	50
Abbildung 49: Maximale Freistellung der Mitarbeiter für Weiterbildung; N=16.....	50
Abbildung 50: Geeignete Zeiten für Präsenzveranstaltungen; Mehrfachnennung möglich.....	51
Abbildung 51: Maximale finanzielle Unterstützung der Mitarbeiter für Weiterbildung; N=16.....	51
Abbildung 52: Weiterbildungsbedarf nach Unternehmensbereichen; N=133 .....	52
Abbildung 53: Weiterbildungsbedarf nach Fachrichtungen; N=133.....	53
Abbildung 54: Bedarf nach Weiterbildungsprogramm; N=133.....	54
Abbildung 55: Freistellung der Mitarbeiter zusätzlich zu regulären Urlaubstagen; N=133.....	54
Abbildung 56: Maximale finanzielle Unterstützung pro Mitarbeiter für ein berufsbegleitendes Studium; N=133.....	54
Abbildung 57: Quellen der Empfehlungen .....	55
Abbildung 58: Abschlüsse von wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen.....	56
Abbildung 59: Relevante Kompetenzarten .....	57
Abbildung 60: Beispiel für die inhaltliche Gestaltung eines M.Sc. ....	58
Abbildung 61: Leistungspunkte und Dauer der Abschlüsse .....	60
Abbildung 62: Didaktisches Konzept .....	63

## **Tabellenverzeichnis**

Tabelle 1: Übersicht über die Kernergebnisse der Studie .....	11
Tabelle 2: Tabellarische Auflistung der untersuchten Hochschulen .....	15
Tabelle 3: Aufbau des Interviewleitfadens und des Onlinefragebogens für potentielle Studierende nach Themenfeldern .....	17
Tabelle 4: Aufbau des Interviewleitfadens und des Onlinefragebogens für Unternehmen nach Themenfeldern .....	21
Tabelle 5: Liste der teilnehmenden Unternehmen .....	22
Tabelle 6: Kriterien zur Unternehmensauswahl aus der Dafne-Datenbank .....	24
Tabelle 7: Masterstudiengänge nach Hochschulart und Fachrichtung .....	28
Tabelle 8: Bachelorstudiengänge nach Hochschulart und Fachrichtung .....	28
Tabelle 9: Durchschnittliche Programmdauer, Präsenztage, Programmkosten und Kosten pro LP (ECTS) für Masterstudiengänge nach Fachrichtung .....	29
Tabelle 10: Durchschnittliche Programmdauer, Präsenztage, Programmkosten und Kosten pro LP (ECTS) für Bachelorstudiengänge nach Fachrichtung .....	29
Tabelle 11: Optionen zur Verteilung der Workload .....	61
Tabelle 12: Optionen zur Festlegung der Kosten .....	64



*Lernen hört nach Schule, Ausbildung oder Studium nicht auf, denn Lernen ist das wesentliche Werkzeug zum Erlangen von Bildung und damit für die Gestaltung individueller Lebens- und Arbeitschancen. Lebenslanges Lernen trägt auch dazu bei, dass die Gesellschaft insgesamt den Herausforderungen begegnen kann, die mit dem demografischen Wandel einhergehen. Durch entsprechende Rahmenbedingungen sorgt die Politik dafür, dass lebenslanges Lernen für alle Bürgerinnen und Bürger attraktiv ist und dass die Bereitschaft zur Weiterbildung steigt (BMBF, 2015).*

# 1 Executive Summary

Die berufsbegleitende Weiterbildung spielt im Kontext des lebenslangen Lernens eine immer größere Rolle. Da sich Berufstätige aber in einer anderen Lebenssituation befinden als Vollzeitstudierende, können z.B. Lehr- und Lernformen sowie Inhalte nicht 1:1 aus bestehenden Angeboten der universitären Ausbildung übernommen sondern müssen angepasst werden.

Mit Gründung der School of Advanced Professional Studies (SAPS) im November 2011 verfügt die Universität Ulm über eine zentrale wissenschaftliche Einrichtung, die die Entwicklung von Angeboten zur berufsbezogenen wissenschaftlichen Weiterbildung zur Aufgabe hat.

Nachdem bereits zwei Studiengänge im Projekt Mod:Master - Modular zum Master (Sensorsystemtechnik und Innovations- und Wissenschaftsmanagement)<sup>1</sup> erfolgreich gestartet sind, wurde zum 1. Januar 2014 das NOW:Master-Projekt begonnen (Nachfrage-orientierte Weiterbildung bis zum Masterabschluss). Dabei handelt es sich um ein gefördertes Verbundprojekt („Initiativen zum Ausbau berufsbegleitender Masterangebote“) des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg mit der Universität Ulm und der Hochschule Ulm als Partner, das den Aufbau und die Etablierung einer gemeinsamen, hochschulübergreifenden Einrichtung für die wissenschaftliche Weiterbildung beinhaltet.

Die Zielsetzung der vorliegenden Studie ist die Gewinnung von Erkenntnissen, die dazu dienen, das NOW:Master-Programm auszugestalten. Anhand der Ergebnisse sollen inhaltliche, strukturelle und finanzielle Empfehlungen für das NOW:Master-Programm gewonnen werden.

Die Studie unterteilt sich in folgende Bereiche:

- **Marktanalyse:** Innerhalb der Region Ulm (100 km Umkreis) werden mittels Desk Research aktuelle Weiterbildungsprogramme erhoben und anhand eines einheitlichen Rasters beschrieben.
- **Bedarfsanalyse STUD:** Um den Weiterbildungsbedarf seitens potentieller Studierender zu erheben, werden leitfragengestützte Interviews durchgeführt; diese Interviews dienen als Basis zur Ausgestaltung eines Online-Fragebogens.
- **Bedarfsanalyse UNT:** Um den Weiterbildungsbedarf seitens der Unternehmen zu erheben, werden ebenfalls leitfragengestützte Interviews durchgeführt; diese Interviews dienen ebenso als Basis zur Ausgestaltung eines Online-Fragebogens.

Bei Berücksichtigung dieser unterschiedlichen Bereiche können umfassende Erkenntnisse hinsichtlich bestehender Angebote und Bedarfe seitens potentieller Studierender und Unternehmen gewonnen werden. Aufgrund der Kombination unterschiedlicher Forschungsmethoden und Quellen, liegt eine Triangulation vor, was eine höhere Validität der Ergebnisse sicherstellt.

Im Rahmen der Marktanalyse wurden die Weiterbildungsangebote von insgesamt 35 Universitäten und Hochschulen erhoben. Die Weiterbildungsprogramme wurden u.a. anhand des Studiengangs, der Dauer, der Anzahl der Präsenztage, der Anzahl der Leistungspunkte nach ECTS, der Gebühren und

---

<sup>1</sup> mit Förderung des BMBF und aus dem Europäischen Sozialfonds (ESF) im Bund-Länder-Wettbewerb „Aufstieg durch Bildung: offene Hochschulen“

der Zulassungsvoraussetzungen erhoben. Insgesamt wurden 87 berufsbegleitende Masterstudiengänge und 17 berufsbegleitende Bachelorstudiengänge analysiert.

Im Rahmen der Bedarfsanalyse seitens potentieller Studierender wurden 6 Probanden interviewt, um den entwickelten Online-Fragebogen zu testen und zu optimieren. Darauf aufbauend wurde seitens 170 potentieller Studierender der Bedarf Online erhoben, 80 Teilnehmer füllten den Fragebogen vollständig aus. Dabei wurden insbesondere nachgefragte Studiengänge und Studienschwerpunkte, fachliche, persönliche und soziale Kompetenzen, Zeiten für Präsenzveranstaltungen, Bereitstellung der Lehrinhalte oder Finanzierung erhoben.

Im Rahmen der Bedarfsanalyse seitens der Unternehmen in der Region Ulm wurden insgesamt 15 Interviews durchgeführt. Daneben haben 347 Unternehmen an der Online-Befragung teilgenommen, von denen 133 den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben.

Um eine ganzheitliche Ausgestaltung des NOW:Master-Programms sicherzustellen, wurden für alle drei Bereiche die folgende Themenfelder analysiert:

- **Inhalte:** welche Inhalte werden aktuell innerhalb von Weiterbildungsprogrammen angeboten bzw. welche Inhalte werden seitens der Unternehmen und potentielle Studierenden gefordert?
- **Strukturen:** welche Strukturen haben aktuelle Weiterbildungsprogramme angeboten bzw. welche Strukturen werden seitens der Unternehmen und potentielle Studierenden präferiert?
- **Finanzen:** Welche Kosten fallen innerhalb aktueller Weiterbildungsprogramme an bzw. welche Kosten sind Unternehmen und von potentiellen Studierenden bereit zu übernehmen?

In Abbildung 1 sind die einzelnen Bereiche der Weiterbildungsstudie aufgezeigt.

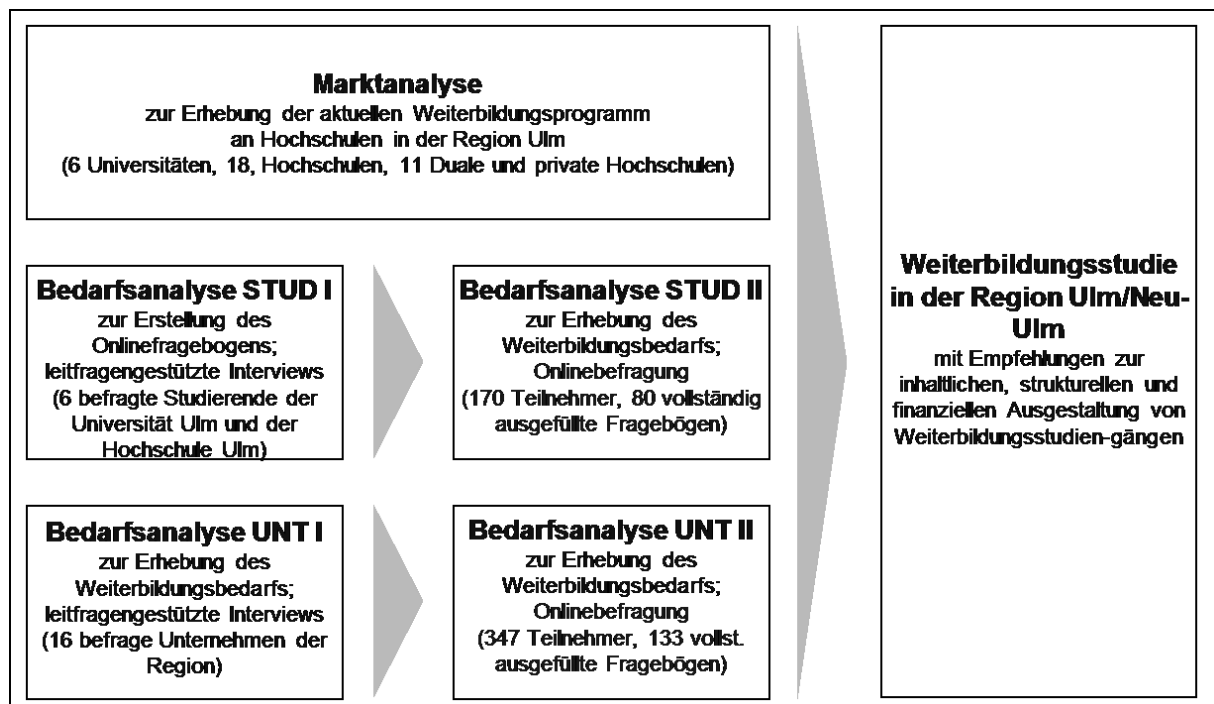


Abbildung 1: Überblick der Weiterbildungsstudie

**Tabelle 1: Übersicht über die Kernergebnisse der Studie**

<b>Themenfeld</b>		<b>Bereich</b>	<b>Marktanalyse:</b> derzeitiges Weiterbildungs-angebot (87 erhobene Masterstudiengänge)	<b>Bedarfsanalyse:</b> potentielle Studierende (Onlinebefragung: 80 Befragte, Durchschnittsalter: 42 Jahre)	<b>Bedarfsanalyse:</b> Unternehmen (Onlinebefragung/OB: 133 Befragte Interviews/INT: 15 Befragte)
<b>Inhaltliche Gestaltung</b>	<b>Wirtschafts- wissenschaften</b>	53 Masterstudiengänge: 4 an UNI (2 MBA), 32 an HS (22 MBA), 17 an privaten und DH (3 MBA)	Kommt in Frage bei 81%: 37% (21) nennen BWL 28% (16) nennen MBA	OB: Hoher/sehr hoher Weiterbildungsbedarf bei 29% INT: 67% (10) nennen Allg. BWL 53% (8) nennen Produkt-/ Produktions- management 53% (8) Logistikmanagement	
	<b>Ingenieur- und Natur- wissenschaften</b>	22 Masterstudiengänge: 2 an UNI, 13 an HS, 7 an privaten und DH	Kommt in Frage bei 7%	OB: Ingenieurwissen- schaften: hoher/sehr hoher Weiterbildungsbedarf bei 38% Naturwissenschaften: hoher/sehr hoher Weiterbildungsbedarf bei 22% INT: 33% (5) nennen Maschinenbau	
	<b>Medizin und Pharmazie</b>	3 Masterstudiengänge: 3 an UNI	Kommt bei Befragten nicht in Frage	OB: Hoher/sehr hoher Weiterbildungsbedarf bei 19% INT: nicht genannt	
	<b>Informatik und Mathe- matik</b>	5 Masterstudiengänge: 3 an HS, 2 an privaten und DH	Kommt in Frage bei 7%	OB: Hoher/sehr hoher Weiterbildungsbedarf bei 27% INT: 27% (4) nennen Informatik	
<b>Strukturelle Gestaltung</b>		Durchschnittliche Anzahl an Präsenztage von 67 Durchschnittliche Programmdauer von 27,0 Monaten [Ø 2,5 Präsenztage pro Monat]	Optimaler Anteil an Präsenzphasen von über 70% bei 60% [Ø 62% Präsenzphasen] Präsenzzeiten sollten ganztäglich an Wochenenden stattfinden bei 67% Bereitschaft für über 50% der Präsenzphasen aufzuwenden bei 55% [Ø für 56% der Präsenzphasen]	OB: Keine Bereitschaft Mitarbeiter zusätzlich zu regulären Urlaubstagen freizustellen bei 11% [Ø 10 Tage zusätzliche Freistellung pro Jahr möglich] INT: Freistellung gewährleistet bei 60% (9) Freistellung individuell verhandelbar bei 40% (6)	
<b>Finanzielle Gestaltung</b>		Durchschnittliche Programmkosten von 16.600 € [Ø 194 € pro LP (ECTS)]	Maximaler Kostenbereich von 12.500-14.999 € bei 58% [Ø 13.800 €]	OB: Maximale finanzielle Unterstützung pro Mitarbeiter: unter 1.000 € bei 32% 1.000-4.999 € bei 47% [Ø 5.190 €] INT: Übernahme von mind. 50% der Gesamtkosten bei 73% (11) Keine finanzielle Unterstützung bei 7% (1)	

Anhand der aufgezeigten Bereiche und der Themenfelder lassen sich die Kernergebnisse strukturieren, die in Tabelle 1 dargestellt sind.

Diese Kernergebnisse dienen dazu, Empfehlungen für die Ausgestaltung von Studiengängen des NOW:Masterprogramms abzuleiten. In Kapitel 2 wird auf die SAPS eingegangen, um die vorliegende Studie in den Kontext zu bringen.

## 2 Die School of Advanced Professional Studies (SAPS)

Das modular aufgebaute Studienangebot der SAPS (School of Advanced Professional Studies) bietet Hochschulabsolventen unterschiedlicher Fachrichtungen die Möglichkeit eines weitgehend räumlich und zeitlich unabhängigen Online-Studiums kombiniert mit wenigen Präsenzphasen. Die Studiengänge schließen mit dem Master of Science (M.Sc.) ab. Die berufsbegleitenden Studiengänge sind durchgängig modularisiert. Die Module können nach Immatrikulation in den jeweiligen Studiengang oder einzeln als Zertifikatskurse im Kontaktstudium belegt werden. Derzeit liegen zwei Masterstudiengänge vor: Sensorsystemtechnik unter der Leitung von Prof. Dr.-Ing. Hermann Schumacher und Innovations- und Wissenschaftsmanagement unter Leitung von Prof. Dr. Leo Brecht.

Der Masterstudiengang Sensorsystemtechnik verknüpft Hardware, Software und Infrastrukturaspekte mit Entwurfstechniken sowie Elementen des Managements komplexer Entwurfsprozesse. Durch die Interaktion können Ergebnisse erzielt werden, die die einzelnen Elemente isoliert betrachtet nicht erreichen können. Gleichzeitig zeigt diese Tatsache, dass die Absolventinnen und Absolventen neben speziellen Gebieten der Ingenieurwissenschaften, Informatik und Naturwissenschaften auch Managementkenntnisse beherrschen müssen. Der berufsbegleitende Masterstudiengang Sensorsystemtechnik ist zum Wintersemester 2013/2014 gestartet. Das durchgängig modular aufgebaute Studienangebot, welches weitgehend in deutscher Sprache mit einigen englischen Modulen durchgeführt wird, bietet Hochschulabsolventen technischer Fachrichtungen die Möglichkeit, eines weitgehend räumlich und zeitlich unabhängigen Online-Studiums, kombiniert mit wenigen Präsenzphasen.

Der Masterstudiengang Innovations- und Wissenschaftsmanagement verbindet wichtige Aspekte des Managements von Unternehmen oder Forschungseinrichtungen mit Themen des strategischen und operativen Prozessmanagements. Die Studierenden erarbeiten sich Kenntnisse in zentralen Themen wie Strategie-, oder Finanz- und Nachhaltigkeitsmanagement. Dabei liegt der Fokus auf den Bereichen Prozesse, Innovationen und Wissenschaft. Neben der kundenorientierten Gestaltung, Lenkung und Weiterentwicklung betrieblicher Prozesse werden wichtige Referenzprozesse, z.B. aus den Bereichen Supply Chain oder der Geschäftsmodell-Innovation analysiert und nach Möglichkeit im eigenen Unternehmen angewendet. Der Schwerpunkt Technologie- und Innovationsmanagement (TIM) verbindet drei zentrale Bereiche: Strategie & Innovation, Prozesse und Technologie. Der Bereich Strategie & Innovation legt den Schwerpunkt auf die Zukunftssicherung des Unternehmens durch Innovationen, während der Bereich Prozesse auf die operationelle Exzellenz zur Umsetzung von Strategien und Innovationen fokussiert. Und der Bereich Technologie setzt seinerseits betriebliche Prozesse um - man denke etwa an Produktionstechnologien oder Informations- und Kommunikationstechnologien. Im Schwerpunkt Wissenschaftsmanagement (WM) wird die Organisation und Steuerung von Hochschul- und Wissenschaftseinrichtungen erklärt. Den Studierenden wird die praxis- und entscheidungsrelevante Führung der Wissensproduktion vermittelt.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Vgl. SAPS (2015)

## 3 Studien-Design

Ziel der vorliegenden Studie ist es, das derzeitige Weiterbildungsangebot an Hochschulen und den Weiterbildungsbedarf seitens potentieller Studierenden und seitens Unternehmen zu erheben. Ausgehend von den Erkenntnissen aus der Markt- und Bedarfsanalyse werden Gestaltungsempfehlungen für das NOW:Master-Projekt gegeben. Der Bearbeitungszeitraum der Weiterbildungsstudie erstreckt sich von September 2014 bis März 2015 und beinhaltet die in Abschnitt 1 aufgeführten Bereiche: Marktanalyse, Bedarfsanalyse Studierende und Bedarfsanalyse Unternehmen.

### Das Studien-Design im Überblick:

- Die Umsetzung des Studienziels erfolgte mittels der Kombination folgender Forschungsmethoden: Desk Research (Marktanalyse) und Field Research (Interviews, Onlinebefragung).
- Folgende drei Quellen wurden im Rahmen der Studie eingesetzt: die bestehenden Angebote von Hochschulen, der Bedarf von Unternehmen und der Bedarf von Studierenden.
- Es erfolgte eine Triangulation aufgrund des Einsatzes unterschiedlicher Forschungsmethoden und Quellen.
- Insgesamt wurden 35 Universitäten/Hochschulen, 87 berufsbegleitenden Masterstudiengänge und 17 berufsbegleitende Bachelorstudiengängen analysiert.
- Es wurde ein Test des Onlinefragebogens für Studierende durchgeführt, der von 80 potentiellen Studierenden vollständig ausgefüllt wurde.
- Es wurden 16 Unternehmen in Form von Interviews befragt und eine Onlinebefragung durchgeführt, die von 133 Unternehmen vollständig ausgefüllt wurde.

Im Folgenden wird nun näher auf das Studiendesign der Marktanalyse, der Bedarfsanalyse potentieller Studierender und der Bedarfsanalyse von Unternehmen eingegangen.

### 3.1 Marktanalyse

#### 3.1.1 Auswahl der Hochschulen

Für die Erhebung des derzeitigen Weiterbildungsangebots wird ein Einzugsgebiet von 100 Kilometern um Ulm festgelegt, in dem die staatlichen Universitäten, Hochschulen, Duale Hochschulen sowie privaten Hochschulen Baden-Württembergs und Bayerns nach berufsbegleitenden Studiengänge untersucht werden (siehe Abbildung 2). Für die Auswahl der Hochschulen werden die Hochschulen, die auf den Internetseite des Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg (<https://www.studieninfo-bw.de/>) und des Bayrischen Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst (<http://www.km.bayern.de/>) angegeben sind, mit Hilfe eines Entfernungsmessers (<http://www.luftlinie.org/>) auf das Einzugsgebiet eingeschränkt.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Vgl. MWK (2015), StMWFK (2015) und 23karat GmbH (2015)

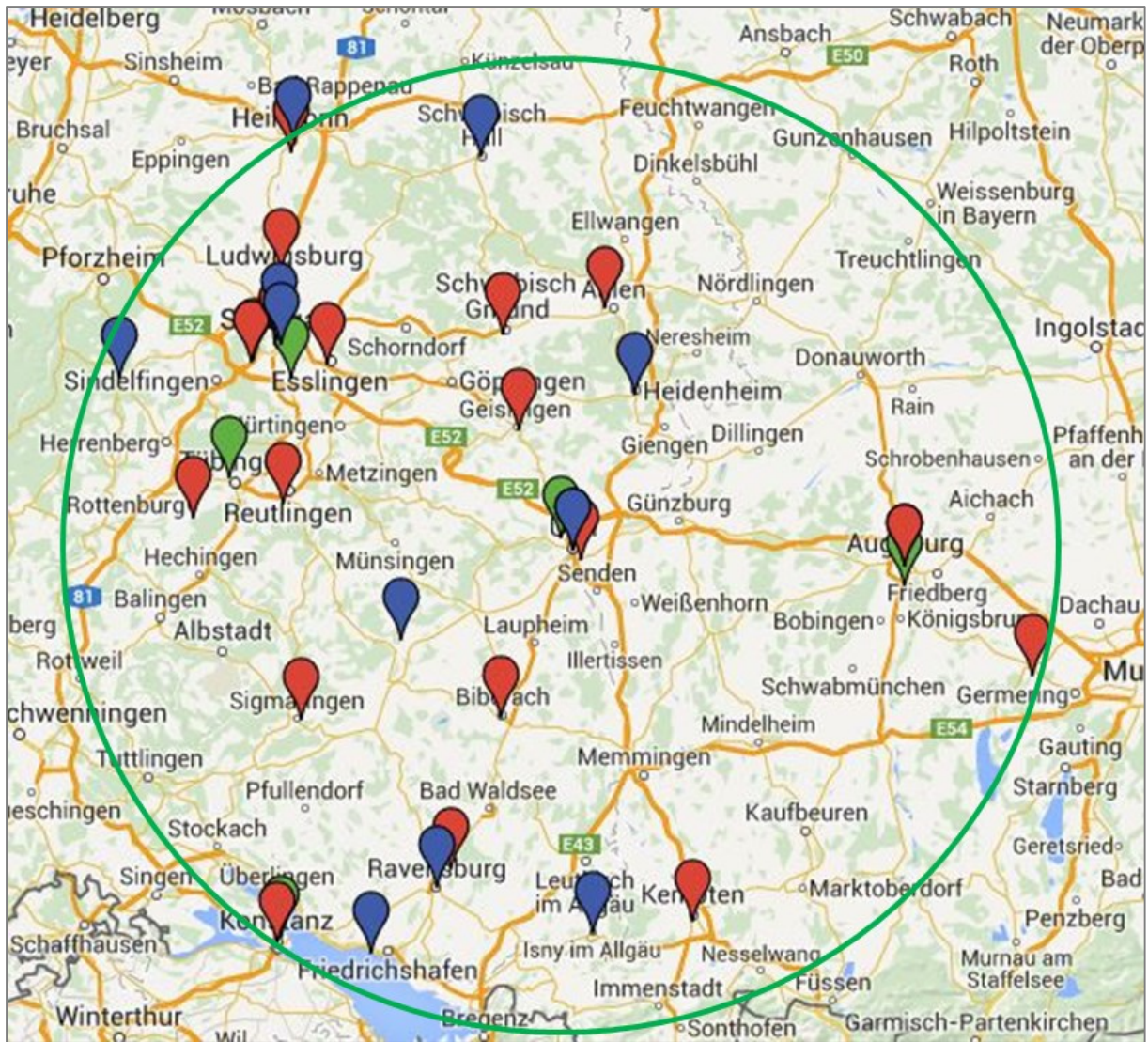





Abbildung 2: Auswahl der Hochschulen zur Erhebung des derzeitigen Weiterbildungsangebots (erstellt mit Google Maps Engine©)

Tabelle 2: Tabellarische Auflistung der untersuchten Hochschulen

 <b>Universitäten</b>	 <b>Fachhochschulen</b>	 <b>Duale und private Hochschulen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Universität Ulm</li> <li>• Universität Augsburg</li> <li>• Universität Hohenheim</li> <li>• Universität Tübingen</li> <li>• Universität Stuttgart</li> <li>• Universität Konstanz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hochschule Ulm</li> <li>• Hochschule Neu-Ulm</li> <li>• Hochschule Nürtingen-Geislingen</li> <li>• Hochschule für Gestaltung Schwäbisch Gmünd</li> <li>• Hochschule Aalen</li> <li>• Hochschule Reutlingen</li> <li>• Hochschule Esslingen</li> <li>• Hochschule Augsburg</li> <li>• Hochschule Ravensburg-Weingarten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duale Hochschule Baden-Württemberg Heidenheim</li> <li>• SRH Fernhochschule Riedlingen</li> <li>• Duale Hochschule Baden-Württemberg Stuttgart</li> <li>• AKAD Bildungsgesellschaft GmbH Stuttgart</li> <li>• Duale Hochschule Baden-Württemberg Ravensburg</li> <li>• Naturwissenschaftlich Technische Akademie Isny</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hochschule der Medien Stuttgart</li> <li>• Hochschule für Technik Stuttgart</li> <li>• Hochschule Albstadt-Sigmaringen</li> <li>• Hochschule für Forstwirtschaft Rottenburg</li> <li>• Hochschule Kempten</li> <li>• Hochschule Ludwigsburg</li> <li>• Fachhochschule Fürstfeldbruck</li> <li>• Hochschule Heilbronn</li> <li>• Hochschule Konstanz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fachhochschule Schwäbisch Hall - Hochschule für Gestaltung</li> <li>• Zeppelin Universität Friedrichshafen</li> <li>• SRH Hochschule für Wirtschaft und Medien Calw</li> <li>• German Graduate School of Management and Law Heilbronn</li> <li>• VWA-Hochschule, Standorte: Freiburg, Karlsruhe, Stuttgart, Ulm</li> </ul>
--	---	---

### 3.1.2 Festlegung der Kriterien und Datenerhebung

Die berufsbegleitenden Studiengänge wurden gemäß der Programmdauer, der Anzahl der Präsenztage und der Leistungspunkte (ECTS), den Programmgebühren sowie deren Zulassungsvoraussetzungen erhoben. Die Informationen bzgl. Programmdauer, der Leistungspunkte nach ECTS, Anzahl der Präsenztage und Programmkosten wurden direkt von den Internetseiten der jeweiligen Hochschulen bezogen. Auf den Internetseiten nicht angegebene Informationen wurden direkt an den Hochschulen erfragt. Bei individuellen Nachfragen an den Hochschulen stellte sich heraus, dass die online angegebenen Informationen nicht immer den tatsächlichen Informationen entsprechen. Dadurch liegt in den Daten und für deren Vergleichbarkeit eine gewisse Ungenauigkeit vor, was für die weiteren Betrachtungen und gewonnenen Erkenntnisse zu beachten ist.

Nicht für alle Studiengänge sind die Informationen auf den Internetseiten der Hochschulen in der gewünschten Form angegeben. In diesen Fällen wurde wie folgt vorgegangen:

Ist die Programmdauer nicht in Monaten angegeben, wurde die angegebene Anzahl der für den jeweiligen Studiengang benötigten Semester in Monate umgerechnet. Dabei wurde von einer Dauer von sechs Monaten pro Semester ausgegangen. Für Präsenzphasen, die als prozentualer Anteil am Gesamtaufwand angegeben sind, wurden die Gesamtzahl der LP abzüglich der LP für die Abschlussarbeit in akademischen Einheiten umgerechnet (1 LP=30 akademische Einheiten). Die gesamten akademischen Einheiten wurden in 45-Minuten Einheiten und auf Arbeitstage (acht Zeitstunden pro Tag) umgerechnet. Waren die Präsenzphasen in akademischen Einheiten oder über die Anzahl der Präsenzwochenenden mit den genauen Präsenzzeiten pro Semester angegeben, wurden diese analog in Präsenztage umgerechnet. Bei der Angabe wöchentlich oder zweiwöchentlich stattfindender Präsenzzeiten wurde von einer durchschnittlichen Wochenzahl von 14,5 Wochen pro Semester ausgegangen und die sich daraus ergebenden akademischen Einheiten auf die gesamten Semester und wiederum in Präsenztage umgerechnet. Alle Ergebnisse der Marktanalyse sind in Kapitel 4 im Detail aufgeführt.

### 3.2 Bedarfsanalyse potentielle Studierende

Im Rahmen der Bedarfsanalyse seitens potentieller Studierender wurden ehemalige Studierende über die Alumni-Verteiler von Hochschulen in der Region Ulm zu einer Onlinebefragung eingeladen und deren Bedürfnisse und Anforderungen an berufsbegleitende Weiterbildungsprogramme erhoben. Zur Erstellung des Onlinefragebogens wurden einzelne Interviews mit Studierenden der Universität Ulm und der Hochschule Ulm durchgeführt. Es wurden Bedürfnisse und Anforderungen u.a. an Studiengänge und Studienschwerpunkte, fachliche, persönliche und soziale Kompetenzen, Zeiten für Präsenzveranstaltungen, Bereitstellung der Lehrinhalte oder Finanzierung erhoben. Der Interviewleitfaden und der Onlinefragebogen für potentielle Studierende ist gemäß den Projektzielen in folgende Themenfelder unterteilt (vgl. Tabelle 3):

Tabelle 3: Aufbau des Interviewleitfadens und des Onlinefragebogens für potentielle Studierende nach Themenfeldern

<b>Aufbau des Interviewleitfadens für Studierende</b>	
<b>Generelle Informationen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fragen zur Person (Geschlecht, Alter)</li> <li>• Bisherige akademische Ausbildung (höchster Hochschulabschluss, Studiengang, Schwerpunkt, Hochschulform)</li> <li>• Bisherige berufliche Tätigkeit (Berufserfahrung, Unternehmensbereich, Position)</li> </ul>
<b>Entscheidungsfindung bei der Auswahl eines berufsbegleitenden Studiengangs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gründe für und gegen ein berufsbegleitendes Studium</li> <li>• Bereitschaft zur Aufnahme eines berufsbegleitenden Studiums</li> <li>• Allgemeine Entscheidungskriterien</li> </ul>
<b>Inhaltliche Gestaltung<sup>4</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Studiengang, Studienschwerpunkt, speziellen Themen</li> <li>• bereichsspezifische Fachkompetenzen, Sachkompetenzen, Methodenkompetenzen, Sozialkompetenzen, Anwendungskompetenz</li> <li>• Allgemeine inhaltliche Aspekte</li> </ul>
<b>Strukturelle Gestaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hochschulform</li> <li>• Art des Weiterbildungsprogramms</li> <li>• Allgemeine strukturelle Aspekte</li> <li>• Form der bereitgestellten Lehrinhalte</li> <li>• Form der Leistungsnachweise</li> <li>• Form der Prüfungsvorbereitung</li> <li>• Anteil von Präsenzphasen</li> <li>• Form der Präsenzphasen</li> </ul>
<b>Finanzielle Gestaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Annehmbare maximale Kosten</li> <li>• Annehmbare Aufteilung der Kosten zwischen potentiellen Studierenden und Unternehmen</li> <li>• Annehmbare Aufwendung von Urlaubstagen für Präsenzveranstaltungen</li> </ul>
<b>Abschließende Frage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht erwähnte und besonders wichtige Aspekte</li> </ul>

<sup>4</sup> Kompetenzen gemäß Schaeper & Briedis (2013)

### 3.2.1 Leitfadengestützte Interviews

Der Interviewleitfaden für potentielle Studierende ist gemäß Tabelle 3 strukturiert (siehe Interviewleitfaden der Studierenden in Abschnitt 8.2)<sup>5</sup>. Bei der Erstellung wurden zusätzlich bestehende Weiterbildungsstudien und Veröffentlichungen zum Thema Weiterbildung der Westsächsischen Hochschule Zwickau, des Bundesministerium für Bildung und Forschung und der Hochschul-Informations-System GmbH berücksichtigt.<sup>6</sup> Nach sechs Interviews und der Erstellung des Onlinefragebogens wurde die Durchführung der Interviews mit den Studierenden beendet und die Befragung potentieller Studierenden in der Onlinebefragung gestartet.

### 3.2.2 Onlinebefragung potentieller Studierenden

Die Erkenntnisse aus den Interviews mit Studierenden der Universität Ulm und der Hochschule Ulm dienten zur Erstellung des Onlinefragebogens (vgl. Onlinefragebogen der potentiellen Studierenden in Abschnitt 8.3)<sup>7</sup>. Die Reihenfolge der abgefragten Themenfelder wurde angepasst, um die Beantwortung des Fragebogens möglichst benutzerfreundlich zu gestalten.

Vier von zehn angefragten Hochschulen haben eine Einladung zu der Onlinebefragung über ihren Alumni-Verteiler versandt. Zu diesen Hochschulen gehören: die Universität Ulm, Hochschule Ulm, Hochschule Neu-Ulm, und Hochschule Biberach.

#### Teilnehmerstatistik

An der Onlinebefragung haben 170 ehemalige Studierende teilgenommen, davon haben 80 den Fragebogen vollständig beantwortet. Das Durchschnittsalter der Befragten beträgt 42 Jahre (siehe Abbildung 5), davon sind 91% berufstätig. 71% der Befragten haben angegeben, dass ein MBA für sie in Frage kommt, 54% äußern Interesse an einem berufsbegleitenden Masterstudiengang. 50% der Befragten können sich die Teilnahme an einem Kontaktstudium vorstellen (Mehrfachnennungen waren möglich).

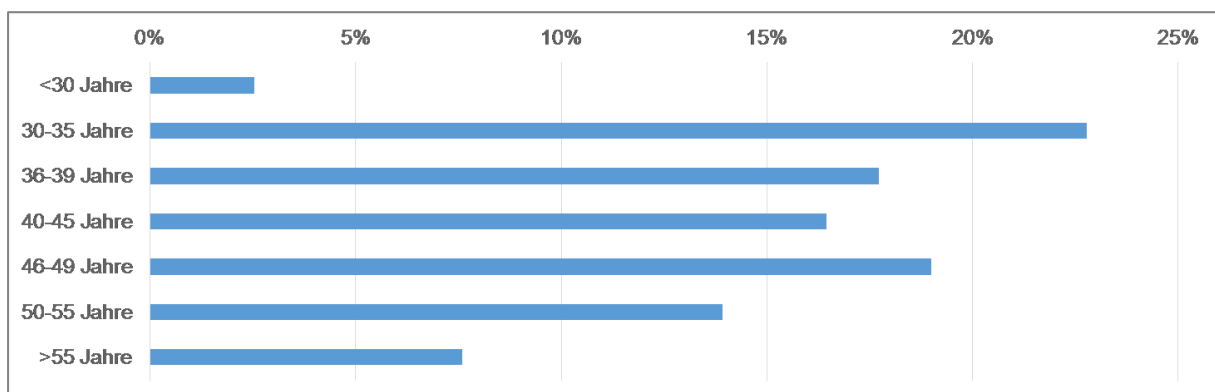


Abbildung 3: Altersverteilung der Teilnehmer; N=80

<sup>5</sup> Zur methodischen Gestaltung des Interviewleitfadens für potentielle Studierende werden Bortz & Döring (2006) und Gläser & Laudel (2009) herangezogen.

<sup>6</sup> Bei der inhaltlichen Gestaltung des Interviewleitfadens für potentielle Studierende werden zusätzlich Koepernik, Lorz, & Vollstädt (2014), Kuwan, Bilger, Gnahs, & Seidel (2006) und Schaeper & Briedis (2013) berücksichtigt.

<sup>7</sup> Zur methodischen Gestaltung des Onlinefragebogens für potentielle Studierende wird QuestBack (2014) herangezogen.

In ihrem letzten Studium besuchten 61% (48) der Teilnehmer Universitäten, 35% (28) besuchten Fachhochschulen (siehe Abbildung 4).

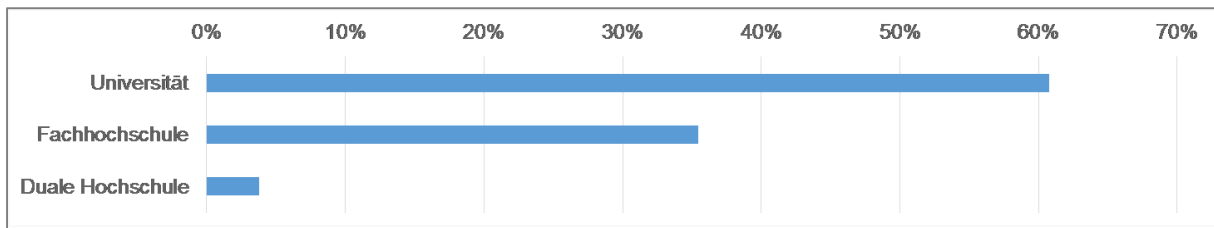


Abbildung 4: Verteilung der Teilnehmer nach besuchter Hochschulform; N=80

Mit 26% (21) der Befragten hat die Mehrheit der Befragten einen Abschluss mit Promotion. 19% (15) haben einen Diplomabschluss an Fachhochschulen. Die drittgrößte Gruppe der Befragten sind Personen mit Staatsexamen (vgl. Abbildung 5).

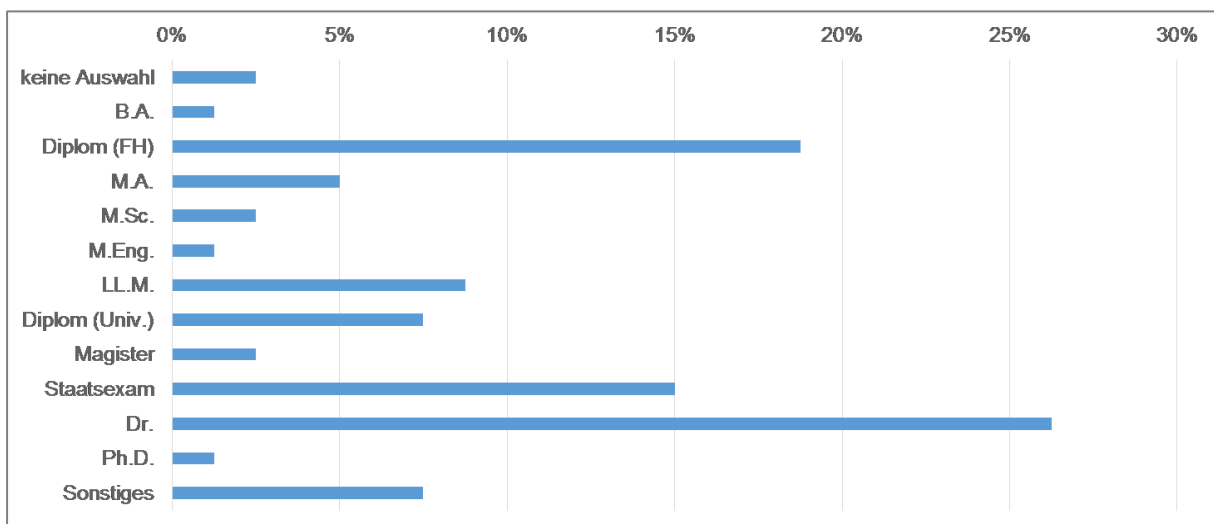


Abbildung 5: Verteilung der Teilnehmer nach Hochschulabschluss; N=80

Ein Großteil der Befragten (ca. 40) haben einen Hochschulabschluss in den Ingenieur- und Naturwissenschaften sowie Medizin oder Pharmazie (siehe Abbildung 6). 33% (26) der Befragten haben neben ihrem ersten nicht wirtschaftswissenschaftlichen Hochschulabschluss einen weiteren Abschluss in den Wirtschaftswissenschaften. Insgesamt haben 36% (26) der Befragten einen wirtschaftswissenschaftlichen Studiengang in ihrer Hochschulausbildung besucht. Insgesamt 25% (18) der Befragten haben einen Master of Business Administration absolviert (vgl. rote Balken in Abbildung 6).

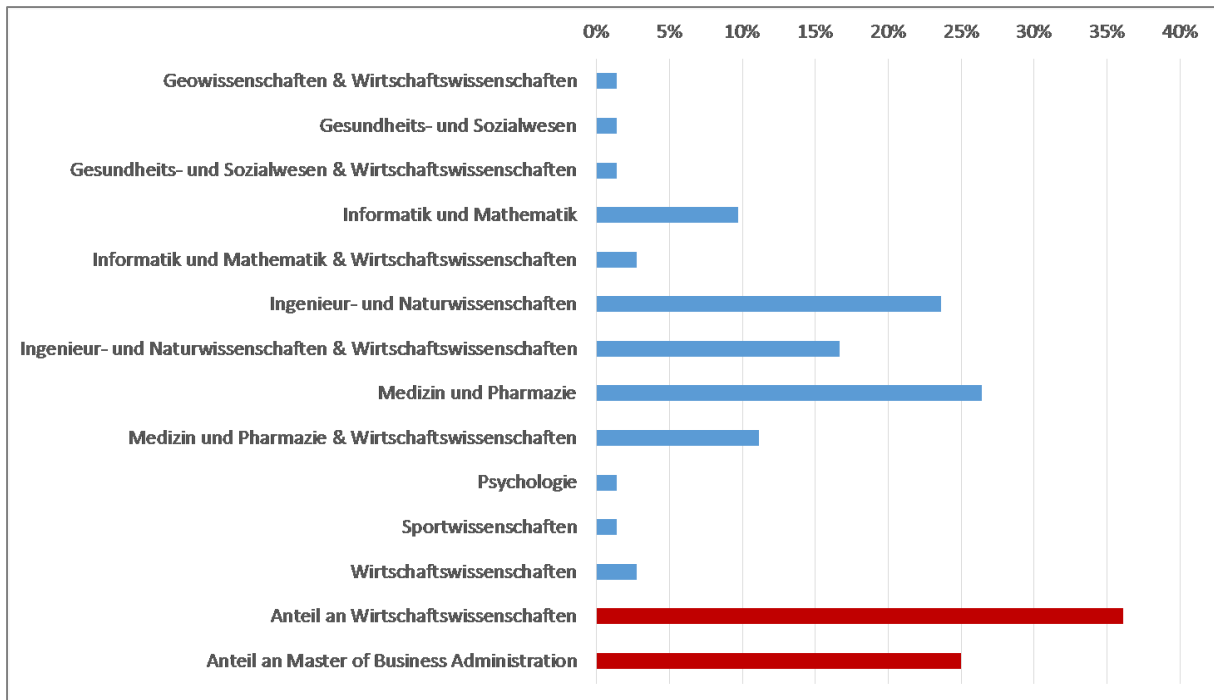


Abbildung 6: Verteilung der Teilnehmer nach Hochschulausbildung (Fachrichtung) ; N=80

Von 80 Befragten sind 91% berufstätig. 35% (28) der Teilnehmer sind in ihrem Beruf in Kliniken oder Praxen tätig. Jeweils ca. 15% (12) der Befragten sind in der Fertigung/Produktion und dem Marketing/Vertrieb tätig. Im Controlling/Rechnungswesen und in der Forschung & Entwicklung sind jeweils 9% (7) der Befragten tätig.

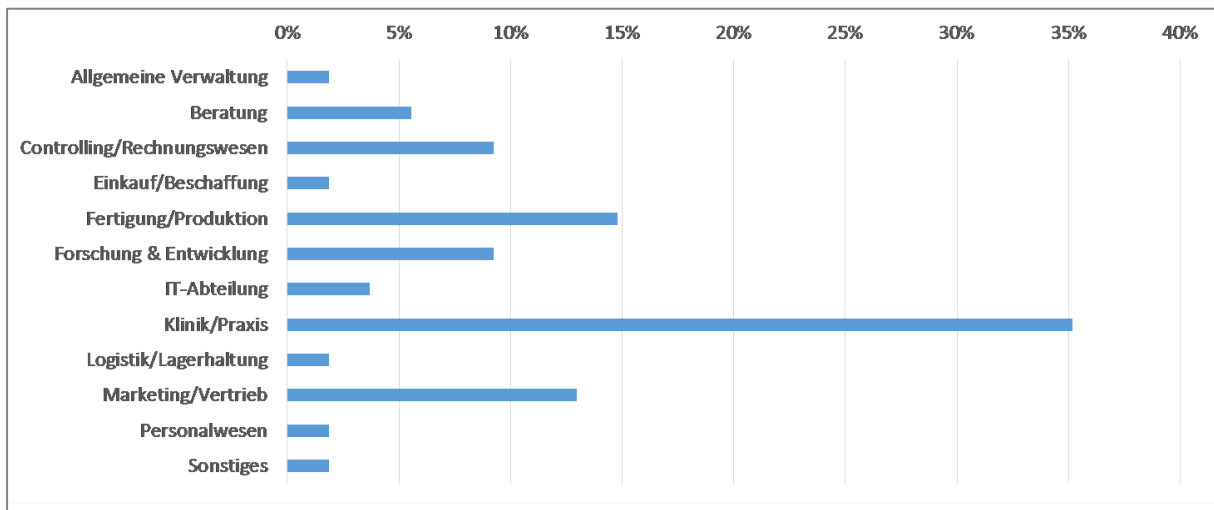


Abbildung 7: Verteilung der Teilnehmer nach Tätigkeit in Unternehmensbereichen; N=80

Die Mehrheit hat mit 59% (48) der Befragten als Abteilungsleiter/in und Geschäftsführer/in gehobenen Positionen inne (vgl. Abbildung 8).

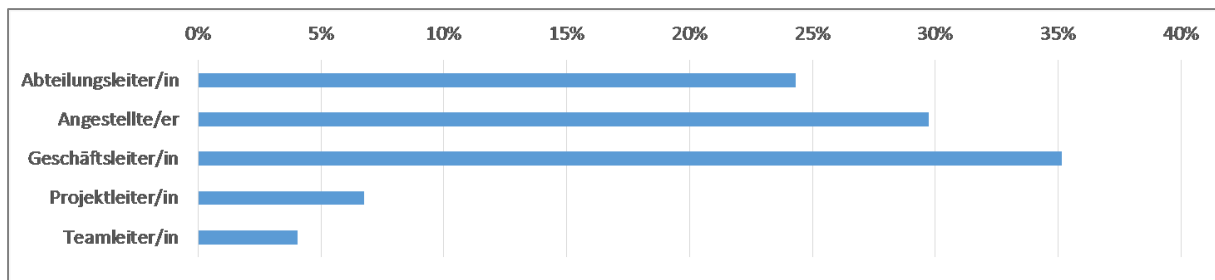


Abbildung 8: Verteilung der Teilnehmer nach Position im Unternehmen; N=80

### 3.3 Bedarfsanalyse Unternehmen

Um den Weiterbildungsbedarf der Unternehmen zu erheben, wurden Interviews mit Unternehmen der Region Ulm geführt. Zur flächendeckenden Erhebung des Weiterbildungsbedarfs wurden Unternehmen aus Baden-Württemberg und Bayern zu einer Onlinebefragung über die Dafne-Datenbank eingeladen. Die Dafne-Datenbank ist eine Unternehmensdatenbank mit detaillierten Finanzinformationen zu Unternehmen in Deutschland und bietet aktuelle und historische Jahresabschlussinformationen zu mehr als 1 Million deutschen publizierenden Unternehmen.<sup>8</sup> Analog zur Bedarfsanalyse seitens potentieller Studierenden und gemäß den Projektzielen wurden Bedürfnisse und Anforderungen u.a. an Studiengänge und Studienschwerpunkte, fachliche, persönliche und soziale Kompetenzen, Zeiten für Präsenzveranstaltungen oder zur Finanzierung erhoben.

Der Interviewleitfaden und der Onlinefragebogen für Unternehmen ist in folgende Themenfelder unterteilt (vgl. Tabelle 4):

Tabelle 4: Aufbau des Interviewleitfadens und des Onlinefragebogens für Unternehmen nach Themenfeldern

Aufbau des Interviewleitfadens für Studierende	
<b>Generelle Informationen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Unternehmensstandort und -sitz</li> <li>• Branche und Region</li> <li>• Umsatz und Mitarbeiterzahl</li> </ul>
<b>Derzeitige Weiterbildung der Mitarbeiter</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anzahl der Mitarbeiter in der Weiterbildung</li> <li>• Relevante Hochschularten</li> <li>• Relevante Weiterbildungsprogramme</li> <li>• Zukünftiger Bedarf an Weiterbildung im Unternehmen</li> </ul>
<b>Inhaltliche Gestaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wirtschaftliche und technologische Entwicklungen, die Einfluss auf die Weiterbildung im Unternehmen haben.</li> <li>• Zukünftig relevante Anforderungsprofile der Mitarbeiter</li> <li>• Für Weiterbildung relevante Unternehmensbereiche</li> <li>• Nachgefragtes Fachwissen, berufsspezifische Fertigkeiten und soziale und persönliche Kompetenzen</li> </ul>

<sup>8</sup> Vgl. Bureau van Dijk (2015)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nachgefragte Studiengänge und Schwerpunkte</li> <li>• Nachgefragte spezielle Themen für die Weiterbildung</li> </ul>
<b>Strukturelle Gestaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Attraktivität des Kontaktstudiums</li> <li>• Freistellung der Mitarbeiter</li> <li>• Nachgefragte Zeiten für Präsenzveranstaltungen</li> </ul>
<b>Finanzielle Gestaltung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investitionen in Weiterbildung pro Mitarbeiter pro Jahr</li> <li>• Maximale finanzielle Unterstützung der Mitarbeiter für ein berufsbegleitendes Studium</li> <li>• Maximale anteilige Beteiligung an den Kosten für ein berufsbegleitendes Studium</li> </ul>
<b>Abschließende Frage</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nicht erwähnte und besonders wichtige Aspekte</li> </ul>

### 3.3.1 Unternehmensinterviews

Der Interviewleitfaden für Unternehmen ist gemäß den Projektzielen strukturiert (vgl. Tabelle 4). Die Reihenfolge der abgefragten Themenfelder wurde für den Interviewleitfaden angepasst, um einen möglichst reibungslosen Gesprächsverlauf zu erzielen (vgl. Interviewleitfaden für Unternehmen in Abschnitt 8.5)<sup>9</sup>. Bei der Erstellung wurden zusätzlich bestehende Weiterbildungsstudien und Veröffentlichungen zum Thema Weiterbildung der IHK, der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie und des TNS Infratest Sozialforschung berücksichtigt.<sup>10</sup>

Zur Einladung zu Interviews wurden Unternehmen bestehender Kontakte der SAPS (School of Advanced Professional Studies), des Instituts für Technologie- und Prozessmanagement der Universität Ulm, des Zentrums für Wissenschaftliche Weiterbildung der Hochschule Biberach, der IHK Ulm und der HWK Ulm angeschrieben.

#### Teilnehmerstatistik

An den Interviews haben 16 Unternehmen aus der Region teilgenommen (siehe Tabelle 5).

**Tabelle 5: Liste der teilnehmenden Unternehmen.**

<b>Nr.</b>	<b>Unternehmen</b>	<b>Standort</b>
<b>1</b>	Boehringer Ingelheim Pharma GmbH & Co. KG	Biberach / Riß
<b>2</b>	BrainOn GmbH	Ulm
<b>3</b>	Diehl Gruppe	Laupheim
<b>4</b>	Edelweiss GmbH & Co. KG	Kempton
<b>5</b>	Handtmann Unternehmensgruppe	Biberach / Riß
<b>6</b>	IFM electronic GmbH	Tettngang
<b>7</b>	Liebherr-Mischtechnik GmbH	Bad Schussenried
<b>8</b>	Liebherr-Werk Biberach GmbH	Biberach / Riß
<b>9</b>	PAUL HARTMANN AG	Heidenheim / Brenz
<b>10</b>	PERI GmbH	Weißenhorn
<b>11</b>	Schwenk Zement KG	Ulm

<sup>9</sup> Zur methodischen Gestaltung des Interviewleitfadens für Unternehmen werden Bortz & Döring (2006) und Gläser & Laudel (2009) herangezogen.

<sup>10</sup> Bei der inhaltlichen Gestaltung des Interviewleitfadens für Unternehmen werden zusätzlich Kuper (2011), Schick & Oetker (2013), Seyda (2012) und TNS Infratest Sozialforschung (2013) berücksichtigt.

12	Uhlmann Pac-Systeme GmbH & Co. KG	Laupheim
13	ulrich GmbH & Co. KG	Ulm
14	Uzin Utz AG	Ulm
15	Vetter Pharma-Fertigung GmbH & Co. KG	Ravensburg
16	VOLLMER WERKE Maschinenfabrik GmbH	Biberach / Riß

Sechs der Befragten Unternehmen sind im Maschinenbau tätig, jeweils zwei Unternehmen in der Bauindustrie/Baustoffindustrie. Einzelnen vertretende Branchen sind die Dienstleistungsbranche in Automobil- und Luftfahrtindustrie und Maschinenanlagenbau, Nahrungsmittelherstellung und Produkt- und Serviceanbieter in der Pharmaindustrie (vgl. Abbildung 9).

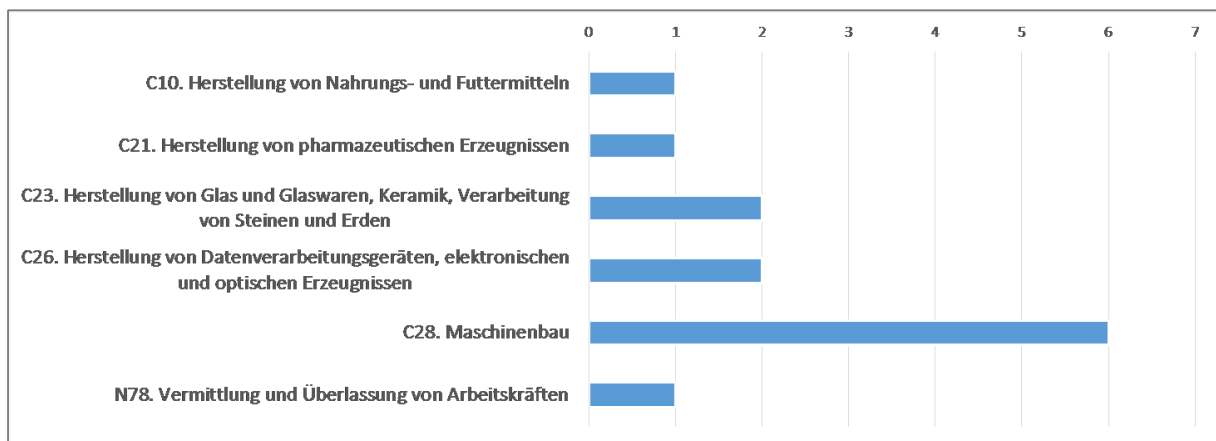


Abbildung 9: Verteilung der Unternehmen nach Wirtschaftszweig; N=16

Sechs der 16 Unternehmen geben einen Umsatz von 100 bis 499 Millionen € für das Jahr 2013 an. Jeweils drei Unternehmen geben hatten einen Umsatz von 500 bis 100 Millionen € und über 1.000 Millionen € im Jahr 2013 (vgl. Abbildung 10).

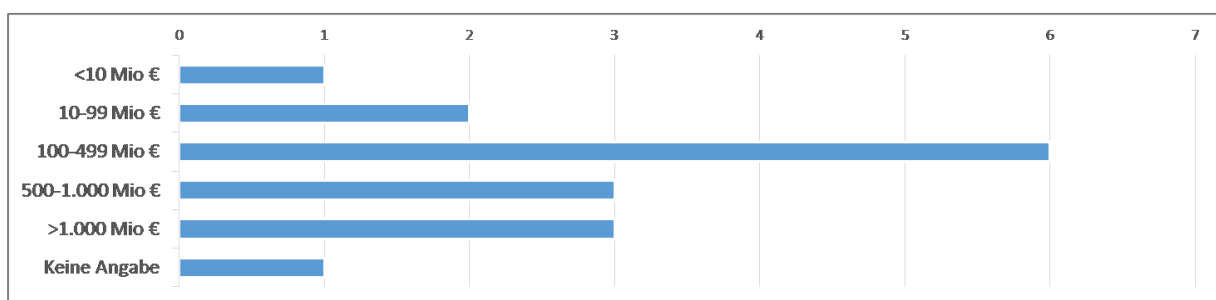


Abbildung 10: Verteilung der Unternehmen nach Umsatz; N=16

Die Verteilung der Mitarbeiterzahlen am Unternehmensstandort ist in Abbildung 11 dargestellt. In fünf der 16 befragten Unternehmen sind mehr als 1.500 Mitarbeiter beschäftigt. Ebenfalls fünf Unternehmen beschäftigen 500-999 Mitarbeiter. Die zwei mitarbeiterschwächsten Unternehmen beschäftigen 50-249 Mitarbeiter am Standort.



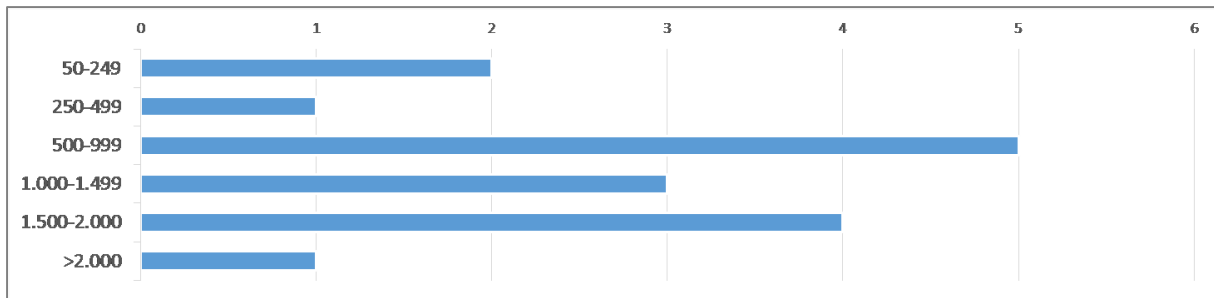


Abbildung 11: Verteilung der Unternehmen nach Mitarbeiterzahl am Standort; N=16

### 3.3.2 Onlinebefragung der Unternehmen

Der Onlinefragebogen für Unternehmen ist gemäß den Projektzielen (vgl. Tabelle 4) und basierend auf den Erkenntnissen aus den Unternehmensinterviews strukturiert. Um eine möglichst hohe Rücklaufquote zu erreichen, ist der Onlinefragebogen auf die wesentlichsten Fragen reduziert (vgl. Onlinefragebogen für Unternehmen in Abschnitt 8.6)<sup>11</sup>. Der Onlinefragebogen wurde über die Dafne-Datenbank an über 8.000 Unternehmen verschickt. Die Kriterien zur Auswahl der Unternehmen sind in Tabelle 6 aufgeführt.

Tabelle 6: Kriterien zur Unternehmensauswahl aus der Dafne-Datenbank

Auswahlkriterium	Ausprägung
<b>Solvenzstatus:</b>	Solvent
<b>Kontaktdaten:</b>	Alle Unternehmen mit E-Mail Adresse
<b>Branchen:<sup>12</sup></b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verarbeitendes Gewerbe</li> <li>• Energieversorgung</li> <li>• Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von Umweltverschmutzungen</li> <li>• Baugewerbe</li> <li>• Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen</li> <li>• Verkehr und Lagerei</li> <li>• Information und Kommunikation</li> <li>• Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen</li> <li>• Grundstücks- und Wohnungswesen</li> <li>• Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen</li> <li>• Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen</li> <li>• Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung</li> <li>• Gesundheits- und Sozialwesen</li> </ul>
<b>Funktionsträger:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alle Manager (in AG, GmbH, KG, OHG, GmbH &amp; Co.KG, eG, eV)</li> <li>• Geschäftsführer (in AG, GmbH, GmbH &amp; Co., KG, eV)</li> <li>• Geschäftsführer der Komplementär-GmbH (GmbH &amp; Co. KG)</li> <li>• Anteilseigner (BGB)</li> <li>• Inhaber</li> <li>• Entscheider/-in Personal- und Sozialwesen</li> </ul>

<sup>11</sup> Zur methodischen Gestaltung des Onlinefragebogens für Unternehmen wurde QuestBack (2014) verwendet.

<sup>12</sup> Zuordnung der Wirtschaftszweige gemäß Statistisches Bundesamt (2008).

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Management</li> </ul>
<b>Anzahl der Mitarbeiter (GuV und Selbstauskunft):</b>	Letzter angegebener Wert, Min=50
<b>Postleitzahlenbereich:</b>	70 Stuttgart, 71 Stuttgart 72 Reutlingen 73 Goepingen 74 Heilbronn 75 Pforzheim 78 Konstanz 80 Muenchen, 81 Muenchen 83 Rosenheim 85 Ingolstadt 86 Augsburg 87 Kempten 88 Friedrichshafen 89 Ulm 91 Ansbach

### Teilnehmerstatistiken

Von 8.146 Unternehmen haben insgesamt 347 an der Onlinebefragung teilgenommen. Davon haben 133 Teilnehmer den Fragebogen vollständig beantwortet.

Die Verteilung der Unternehmensstandorte ist in Abbildung 12 dargestellt. Die Mehrheit der Unternehmen mit 16% (21) hat den Unternehmensstandort in Ulm. Gefolgt von Friedrichshafen mit 12% (16) der Angaben. Jeweils 8% (10) machen keine Angaben oder haben ihren Unternehmensstandort im Raum Göppingen oder München.

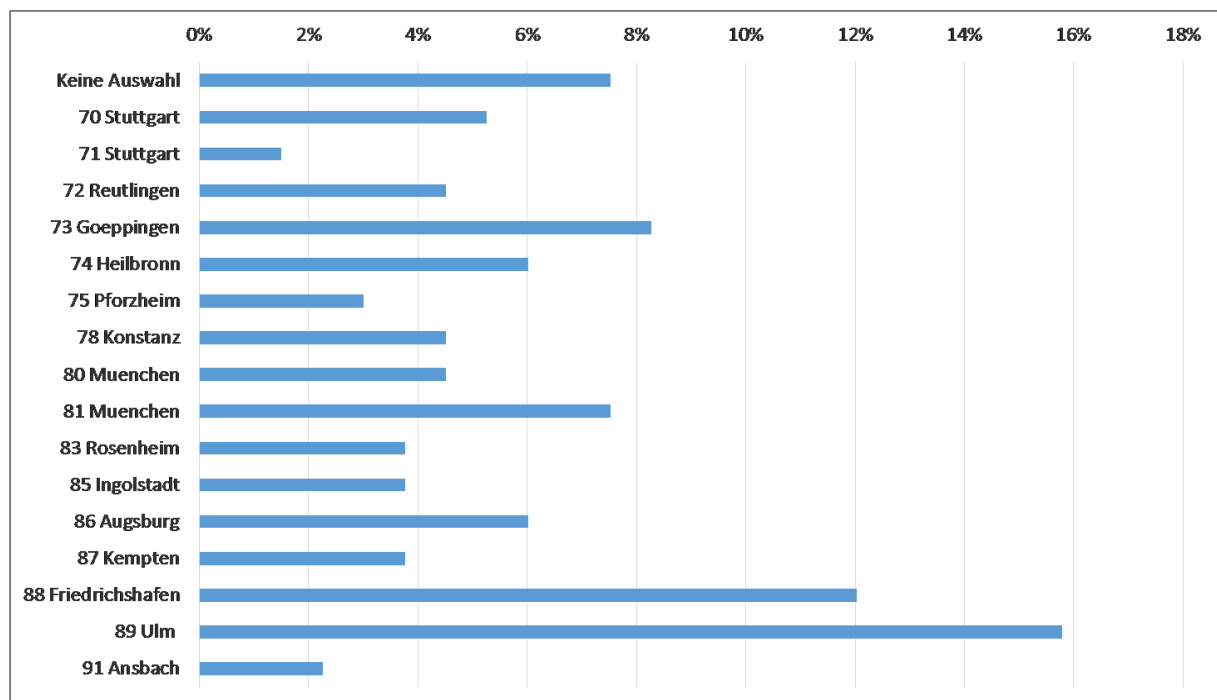


Abbildung 12: Verteilung der Unternehmen nach Postleitzahlenbereich; N=133

Der am häufigsten vertretende Wirtschaftszweig ist das Verarbeitende Gewerbe mit 29% (39) der Angaben. 11% (14) der Unternehmen sind im Baugewerbe tätig. Der drittgrößte vertretende Wirtschaftszweig ist der Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen mit 8% (10) der Angaben. 19% (25) der Unternehmen haben keine Angaben gemacht (siehe Abbildung 13).

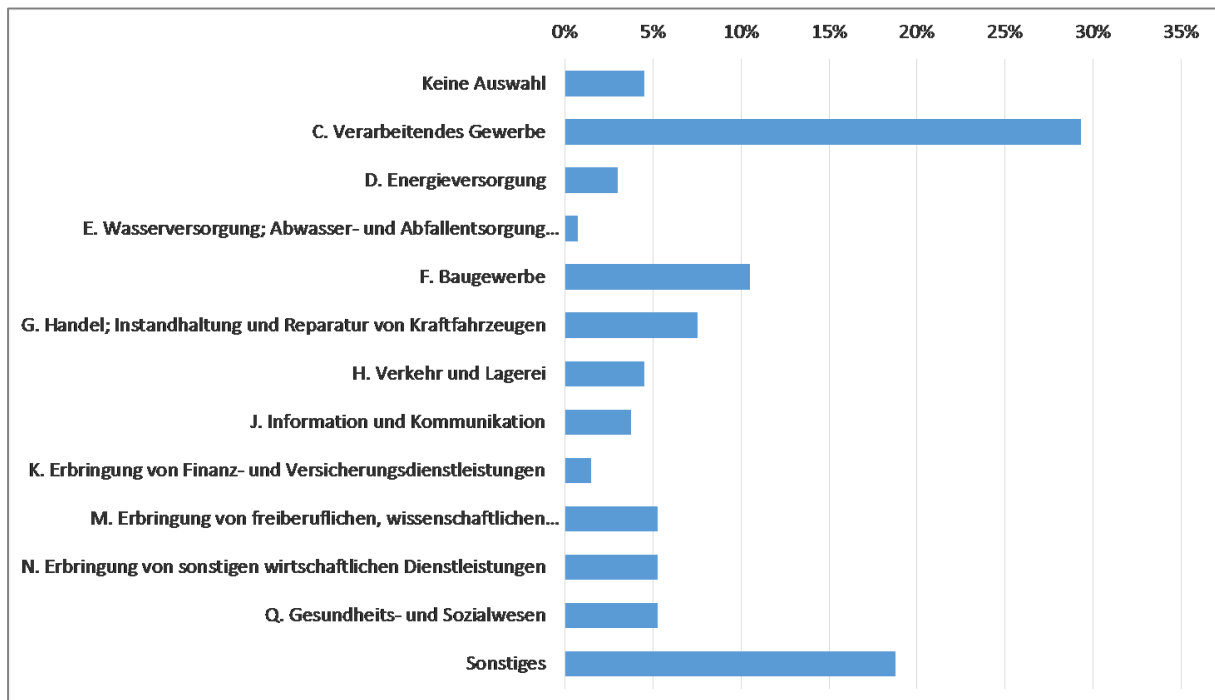


Abbildung 13: Verteilung der Unternehmen nach Wirtschaftszweig; N=133<sup>13</sup>

Die große Mehrheit der Unternehmen hatte mit 86% (114) der Angaben einen Umsatz von unter 100 Millionen € im Jahr 2013. 29% (39) der Unternehmen hatte einen Umsatz geringer als 10 Mio. € (vgl. Abbildung 14).

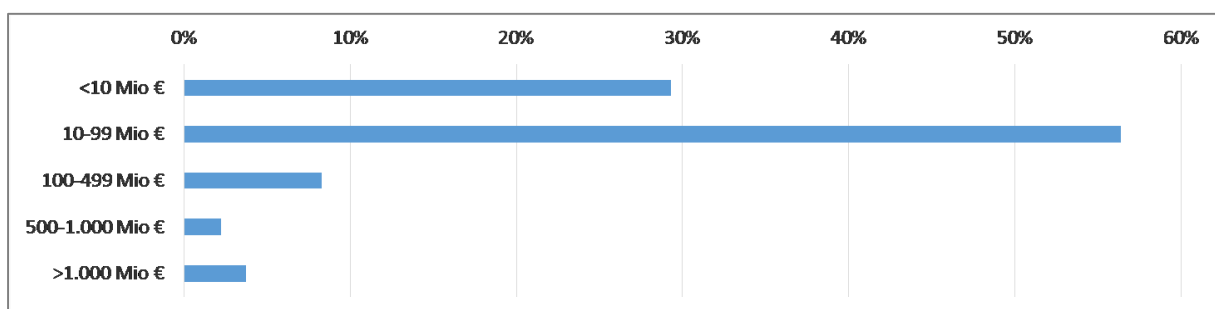


Abbildung 14: Verteilung der Unternehmen nach Umsatz; N=133

Die Verteilung der Unternehmen nach Mitarbeiterzahlen am Standort sind in Abbildung 15 dargestellt. An den Unternehmensstandorten sind in 76% (101) der Unternehmen unter 250 Mitarbeiter beschäftigt. 17% (22) der Unternehmen beschäftigen über 500 Mitarbeiter am Standort.

<sup>13</sup> Zuordnung der Wirtschaftszweige gemäß Statistisches Bundesamt (2008).

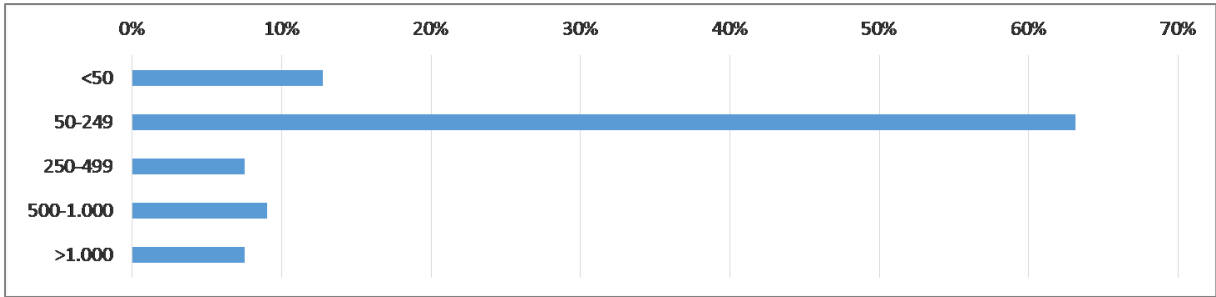


Abbildung 15: Verteilung der Unternehmen nach Mitarbeiteranzahl; N=133

## 4 Studien-Ergebnisse

### 4.1 Marktanalyse

#### 4.1.1 Überblick über die Studiengänge

Eine Übersicht über die erhobenen Master- und Bachelorstudiengänge nach Hochschulart und Fachrichtung gibt Tabelle 7 und Tabelle 8. Die durchschnittliche Programmdauer, Präsenztage, Programmkosten und Kosten pro LP (ECTS) sind zur Übersicht nach Fachrichtungen in Tabelle 9 und Tabelle 10 dargestellt. Die Master- und Bachelorstudiengänge sind in Abbildung 16 bis Abbildung 20 dargestellt.

Von den 85 Masterstudiengängen werden über die Hälfte in den Wirtschaftswissenschaften mit MBA-, M.Sc.- oder M.A.-Abschluss angeboten. Die Ingenieur- und Naturwissenschaften machen ca. ein Viertel des Weiterbildungsangebots mit Masterabschluss aus, Masterstudiengänge aus den Rechtswissenschaften, Medizin und Pharmazie sowie Informatik und Mathematik nur ein Achtel. Über 50% der Masterstudiengänge werden an Hochschulen angeboten.

Tabelle 7: Masterstudiengänge nach Hochschulart und Fachrichtung

Berufsbegleitende Masterstudiengänge	Universitäten	Hochschulen	Duale Hochschulen und weitere	Summe
<b>MBA</b>	2	20	3	<b>25</b>
<b>Wirtschaftswissenschaften</b>	2	12	14	<b>28</b>
<b>Ingenieur- und Naturwissenschaften</b>	2	13	7	<b>22</b>
<b>Rechtswissenschaften</b>	1	1	2	<b>4</b>
<b>Medizin und Pharmazie</b>	3	0	0	<b>3</b>
<b>Informatik und Mathematik</b>	0	3	2	<b>5</b>
<b>Summe</b>	<b>10</b>	<b>49</b>	<b>28</b>	<b>87</b>

Von insgesamt 104 erhobenen Studiengängen schließen ein Sechstel mit dem Bachelorabschluss ab. Dieses beschränkt sich auf die Fachrichtungen Wirtschaftswissenschaften sowie Ingenieur- und Naturwissenschaften. Nur insgesamt elf der berufsbegleitenden Studiengänge werden an Universitäten angeboten.

Tabelle 8: Bachelorstudiengänge nach Hochschulart und Fachrichtung

Berufsbegleitende Bachelorstudiengänge	Universitäten	Hochschulen	Duale Hochschulen und weitere	Summe
<b>Wirtschaftswissenschaften</b>	0	4	6	<b>10</b>
<b>Ingenieur- und Naturwissenschaften</b>	1	5	1	<b>7</b>
<b>Summe</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>17</b>

Die durchschnittlichen Programmkosten im Bereich Wirtschaftswissenschaften liegen bei 16.900 € im Bereich der Ingenieurwissenschaften bei 16.800 €. Masterstudiengänge aus den Rechtswissenschaften sind mit durchschnittlichen Programmkosten von 19.700 € am teuersten. Die für die jeweiligen Fachrichtungen durchschnittlichen Präsenztage liegen im Bereich von 59 bis 75,3 Tagen.

**Tabelle 9: Durchschnittliche Programmdauer, Präsenztage, Programmkosten und Kosten pro LP (ECTS) für Masterstudiengänge nach Fachrichtung**

Berufsbegleitende Masterstudiengänge	Programmdauer [Monate]	Anzahl [Präsenztage]	Programmkosten	Kosten pro LP (ECTS)
<b>MBA</b>	24,7	75,3	16.900 €	188,40 €
<b>Wirtschaftswissenschaften</b>	25,8	70,0	16.900 €	182,20 €
<b>Ingenieur- und Naturwissenschaften</b>	24,8	71,4	16.800 €	183,80 €
<b>Rechtswissenschaften</b>	22,5	65,4	19.700 €	271,80 €
<b>Medizin und Pharmazie</b>	32,0	48,7	14.700 €	202,8 €
<b>Informatik und Mathematik</b>	32,4	70	14.300 €	132,70 €
<b>Gesamter Durchschnitt</b>	<b>27,0</b>	<b>66,8</b>	<b>16.600 €</b>	<b>193,60 €</b>

Die Kosten pro LP (ECTS) der Bachelorstudiengänge liegen aufgrund der hohen Anzahl an LP (ECTS) mit 80,50 € deutlich unter den der Masterstudiengänge, die 193,60 € betragen. Die durchschnittlichen Programmkosten der Bachelorstudiengänge liegen im Bereich von 14.100 € bei den Wirtschaftswissenschaften bis 16.600 € bei den Ingenieurwissenschaften.

**Tabelle 10: Durchschnittliche Programmdauer, Präsenztage, Programmkosten und Kosten pro LP (ECTS) für Bachelorstudiengänge nach Fachrichtung**

Berufsbegleitende Bachelorstudiengänge	Programmdauer [Monate]	Anzahl [Präsenztage]	Programmkosten	Kosten pro LP (ECTS)
<b>Wirtschaftswissenschaften</b>	45,0	149,7	14.100 €	79,20 €
<b>Ingenieur- und Naturwissenschaften</b>	46,3	184,8	16.600 €	81,80 €
<b>Gesamter Durchschnitt</b>	<b>45,7</b>	<b>167,3</b>	<b>15.350 €</b>	<b>80,50 €</b>

#### 4.1.2 Master of Business Administration

20 von 25 MBAs werden an Fachhochschulen angeboten, lediglich zwei MBAs an Universitäten, Logistikmanagement an der Universität Stuttgart und Unternehmensführung an der Universität Augsburg. Fünf MBA werden in General Management bzw. General Business angeboten, fünf Studiengänge im Bereich International Business und Management bzw. International Project Management. Der MBA Logistikmanagement an der Universität Stuttgart und der MBA Human Capital Management an der Hochschule Konstanz haben jeweils 120 LP (ECTS). 21 von 25 MBA schließen mit 90 LP (ECTS) ab. Die durchschnittlichen Programmkosten liegen bei 16.900 € bei durchschnittlichen Kosten pro LP (ECTS) von 188,40 €. Im Durchschnitt haben die MBAs 75,3 Präsenztage und eine Programmdauer von 24,6 Monaten.

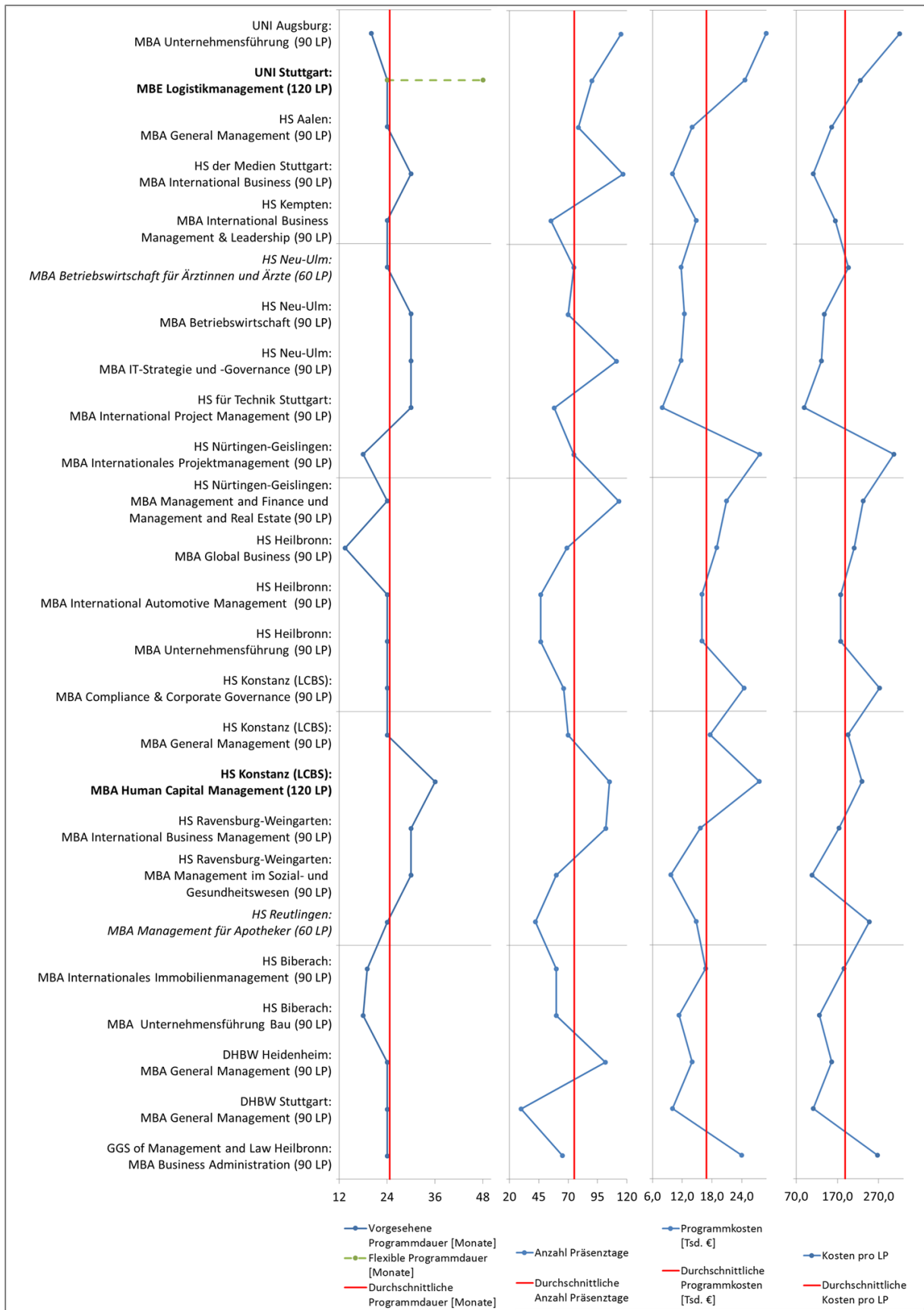


Abbildung 16: Master of Business Administration (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 90 LP (ECTS) in normal, mit 60 LP (ECTS) in kursiv); N=25

### **4.1.3 Masterstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften**

Von 28 wirtschaftswissenschaftlichen Masterstudiengängen schließen 18 mit einem Master of Arts und zehn mit einem Master of Science ab. An den Universitäten werden zwei Masterstudiengänge angeboten, M.Sc. Industrial Real Estate Management an der Universität Stuttgart und M.Sc. Innovations- und Wissenschaftsmanagement an der Universität Ulm. Die Masterstudiengänge in den Wirtschaftswissenschaften haben eine durchschnittliche Anzahl an Präsenzphasen von 70,0 Tagen und eine durchschnittliche Programmdauer von 25,8 Monaten. Die durchschnittlichen Programmkosten liegen bei 16.900 €, die durchschnittlichen Kosten pro LP (ECTS) bei 182,20 €.



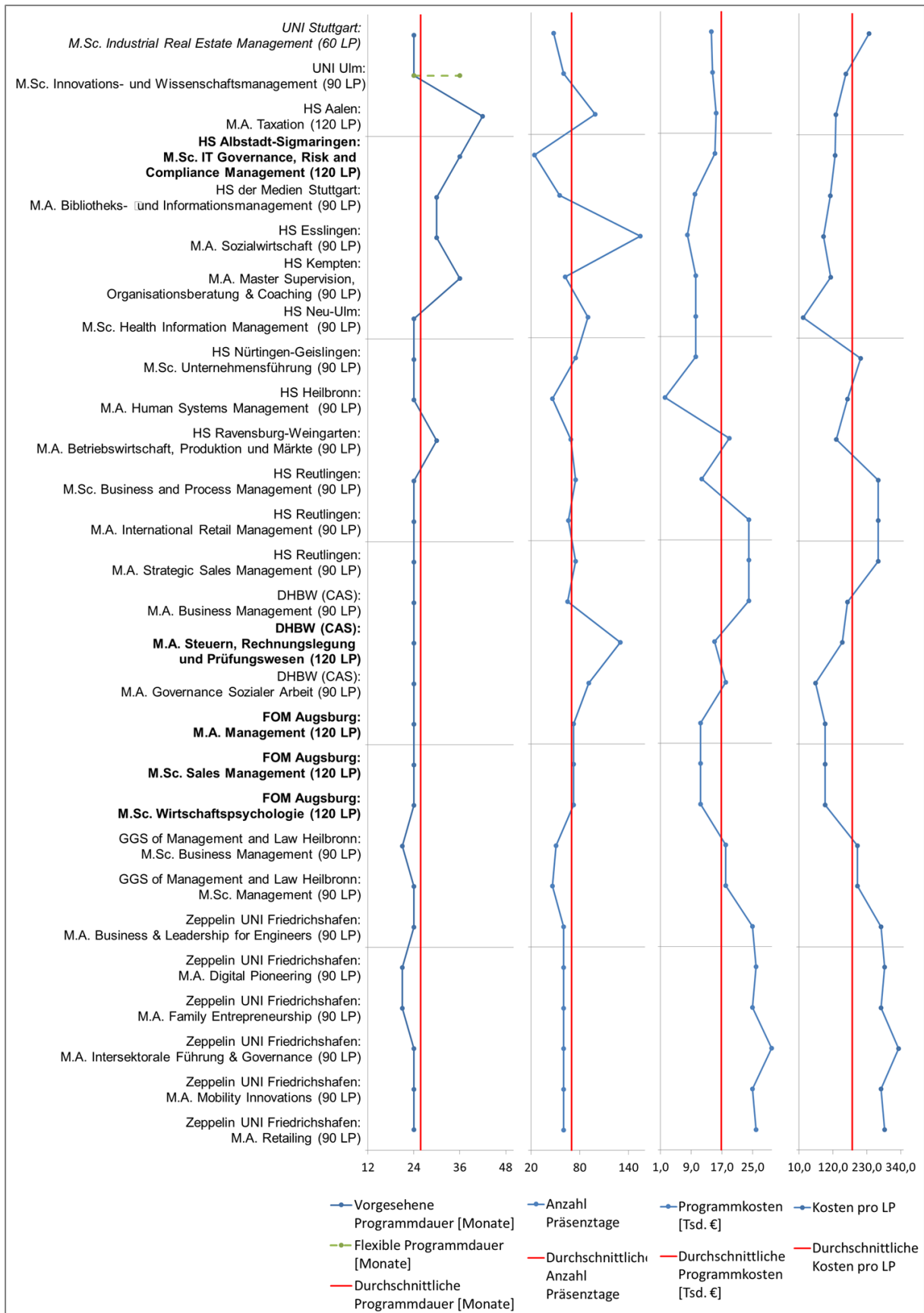


Abbildung 17: Masterstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 90 LP (ECTS) in normal, mit 60 LP (ECTS) in kursiv); N=28

#### 4.1.4 Masterstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften

Von den insgesamt 22 Masterstudiengängen aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften schließen 18 mit dem Master of Engineering ab. Davon werden drei im Maschinenbau angeboten und drei im Wirtschaftsingenieurwesen. Das Angebot an den Universitäten beschränkt sich auf den Master of Building Physics an der Universität Stuttgart und M.Sc. Sensorsystemtechnik an der Universität Ulm. Durchschnittlich haben die Studiengänge 71,4 Präsenztage. Die durchschnittliche Programmdauer beträgt 24,8 Monate. Die Programmkosten betragen im Durchschnitt 16.800 € bei durchschnittlichen Kosten pro LP (ECTS) von 183,80 €.

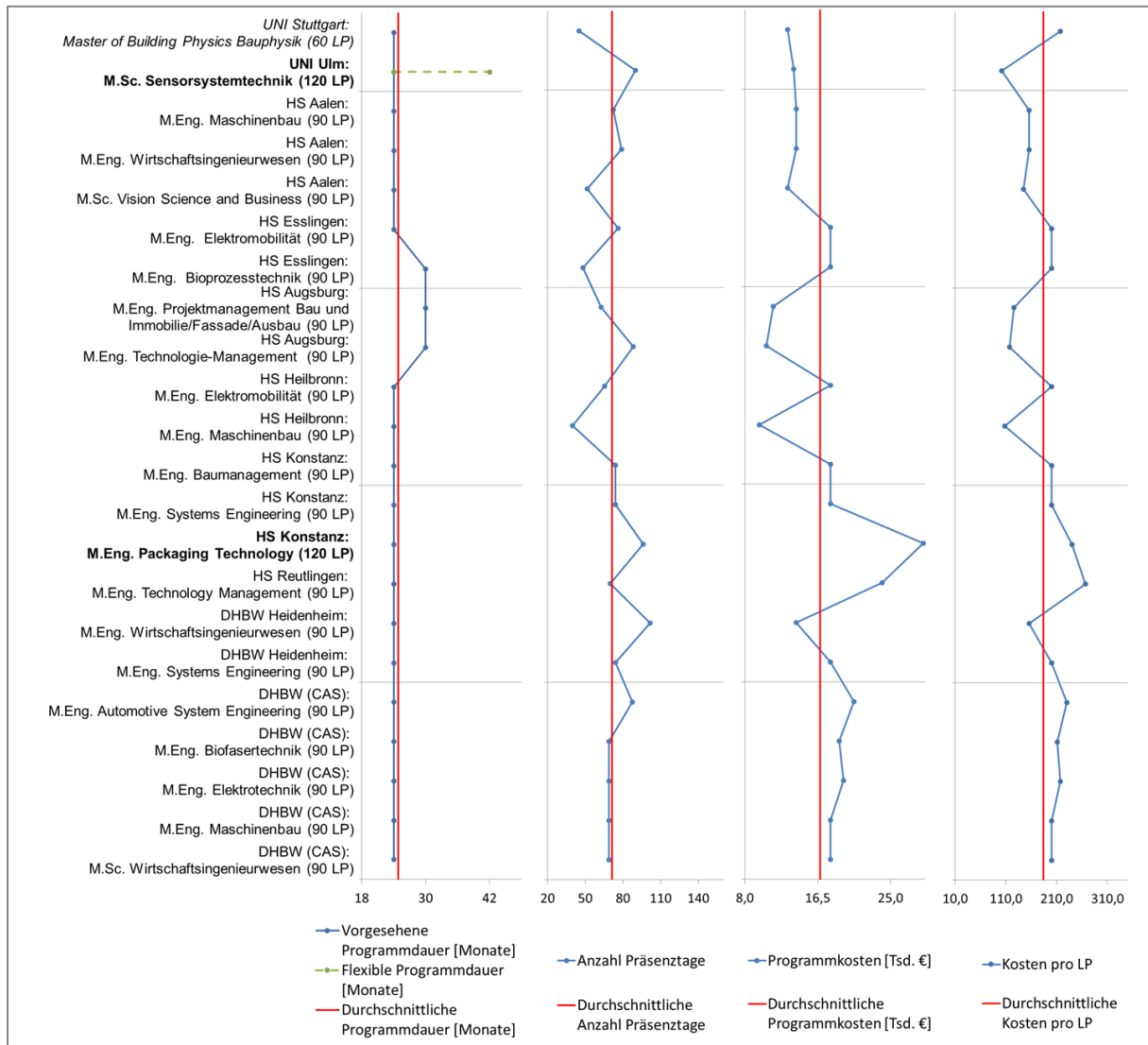


Abbildung 18: Masterstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 90 LP (ECTS) in normal, mit 60 LP (ECTS) in kursiv); N=22

#### 4.1.5 Bachelorstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften

Im Bereich Wirtschaftswissenschaften schließen neun von zehn angebotenen Bachelorstudiengängen mit dem Bachelor of Arts ab. Sechs Studiengänge werden in Betriebswirtschaftslehre angeboten. Die durchschnittlichen Programmkosten liegen bei 14.100 € bei durchschnittlichen Kosten pro LP (ECTS)

von 79,20 €. Im Durchschnitt haben die Studiengänge 149,7 Präsenztage und eine Programmdauer von 45,0 Monaten.

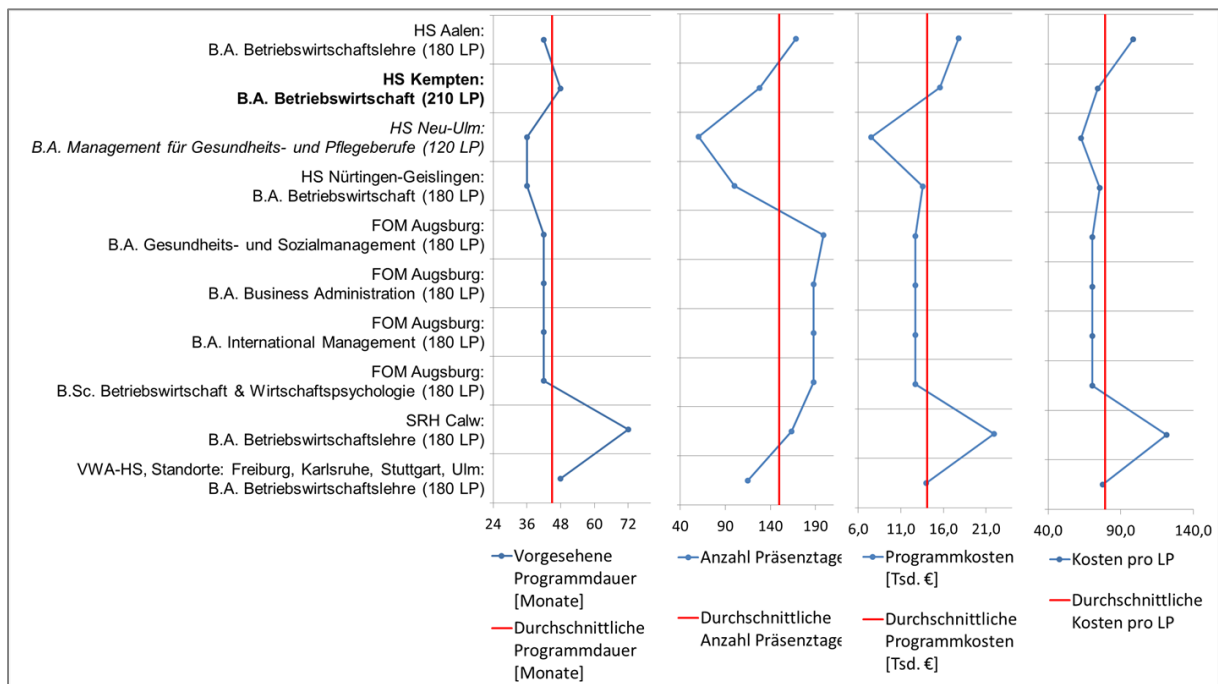


Abbildung 19: Bachelorstudiengänge aus den Wirtschaftswissenschaften (Studiengänge mit 210 LP (ECTS) in fett, mit 180 LP (ECTS) in normal, mit 120 LP (ECTS) in kursiv); N=10

#### 4.1.6 Bachelorstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften

In den Ingenieur- und Naturwissenschaften schließen sechs von sieben Studiengängen mit dem Bachelor of Engineering ab. Davon werden zwei im Maschinenbau und zwei im Wirtschaftsingenieurwesen angeboten. Diese Bachelorstudiengänge haben eine durchschnittliche Anzahl an Präsenzphasen von 184,8 Tagen und eine durchschnittliche Programmdauer von 46,3 Monaten. Die durchschnittlichen Programmkosten liegen bei 16.600 €, die durchschnittlichen Kosten pro LP (ECTS) bei 184,80 €.

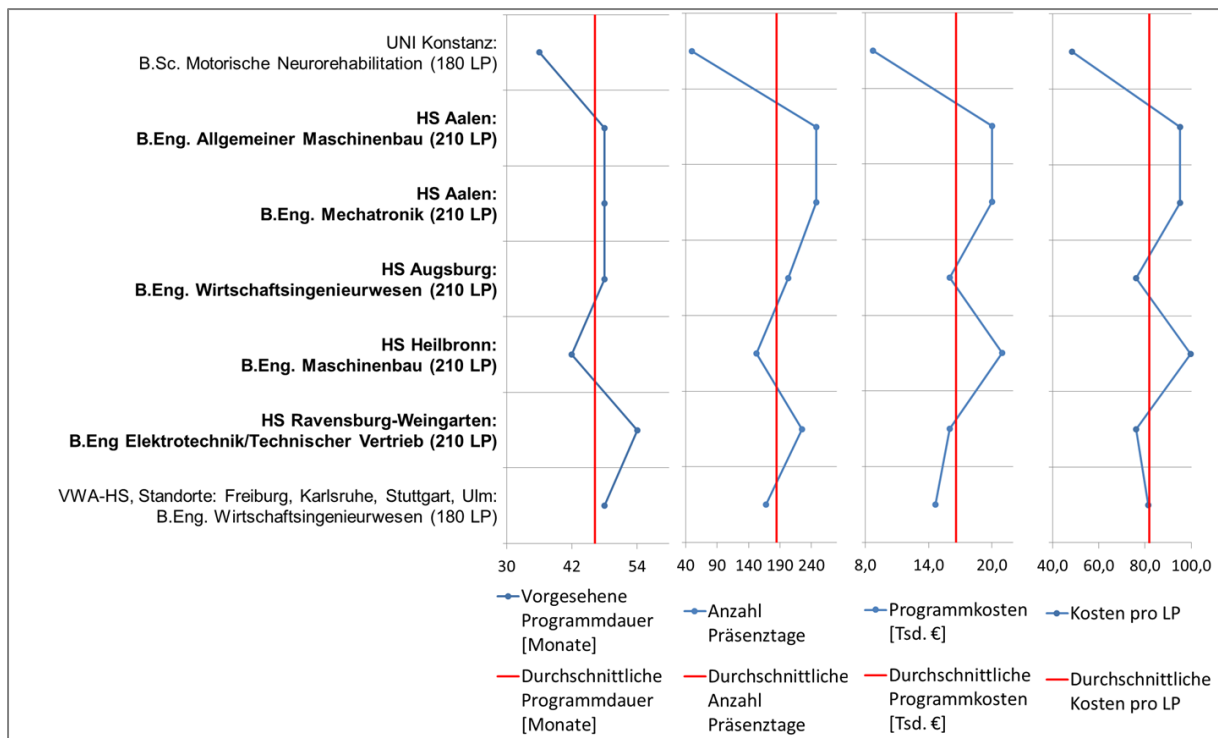


Abbildung 20: Bachelorstudiengänge aus den Ingenieur- und Naturwissenschaften (Studiengänge mit 210 LP (ECTS) in fett, mit 180 LP (ECTS) in normal); N=7

## 4.2 Bedarfsanalyse potentielle Studierende

### 4.2.1 Inhaltliche Gestaltung

Die potentiellen Studierenden wurden für die inhaltliche Gestaltung nach Studiengängen und Schwerpunkten abgefragt, die für ein berufs begleitendes Studium in Frage kommen. Des Weiteren wurde der Bedarf einzelner bereichsspezifischen Fachkompetenzen, Sachkompetenzen, Methodenkompetenzen, Sozialkompetenzen sowie Anwendungskompetenzen im Studium vermitteln zu bekommen abgefragt. Abschließend wurden die Kompetenzen und allgemeine inhaltliche Aspekte eines berufs begleitenden Studiums von den Teilnehmern bewertet.

#### Studiengänge, Schwerpunkte und spezifische Themen

Bei der inhaltlichen Abfrage unterscheiden nur wenige der Befragten zwischen Studiengängen und Studienschwerpunkten. Die Angaben zu den Studienschwerpunkten werden entweder den Studiengängen oder den speziellen Themen zu geordnet.

Zur übersichtlichen Darstellung der Angaben werden die Studiengänge zu Fachrichtungen zugeordnet (vgl. Abbildung 21). Als in Frage kommende Studiengänge nennen 37% (21) der Befragten Betriebswirtschaftslehre, 28% (16) geben den Master of Business Administration an. Drei der Befragten geben Informatik an, 2 der Befragten nennen Rechtswissenschaften. Einzeln genannte Studiengänge der Ingenieur- und Naturwissenschaften sind Fahrzeugtechnik, Maschinenbau und Ingenieurwesen.

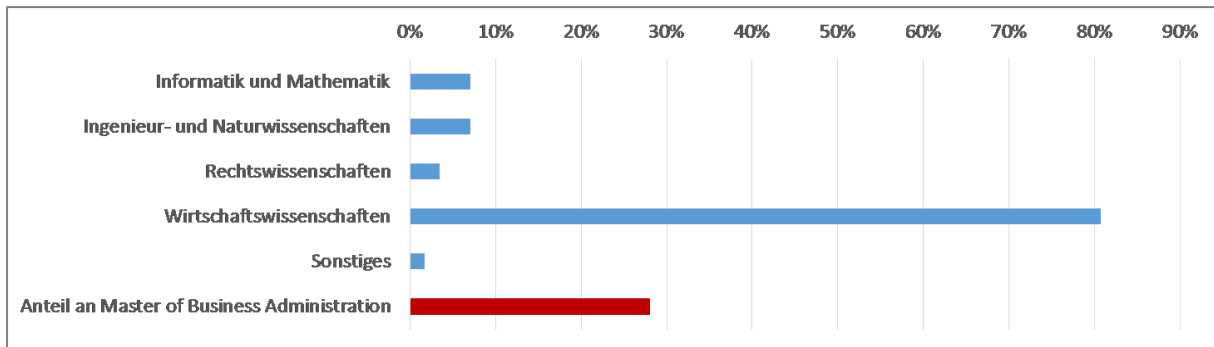


Abbildung 21: Bedarf an berufsbegleitenden Studiengängen nach Fachrichtung; Mehrfachnennung möglich

### Spezifische Themen

Zu den nachgefragten spezifischen Themen, die in einem berufsbegleitenden Studium behandelt werden sollten, wurden nur vereinzelt Angaben gemacht. Die Fachgebiete mit den häufigsten Mehrfachnennungen sind mit 18% (8) der insgesamt 44 gemachten Angaben Themen aus der allgemeinen Betriebswirtschaftslehre, insbesondere Buchhaltung, Controlling, Finanz- und Investitionsrechnung und Rechnungswesen sowie die Vermittlung aktueller Trends und Entwicklungen in den Vorlesungen mit 9% (4) der Angaben. Weitere vereinzelt nachgefragte Themen sind Qualitätsmanagement, Personal- und Mitarbeiterführung, Industrie 4.0, Vertragsrecht, Unternehmensführung, General Management, M&A Grundlagen oder Benchmarks und tiefergehende Analyse der Vorgehensweisen bei Best-in-Class Unternehmen.

### Zu vermittelnde Kompetenzen nach Wichtigkeit

Als wichtigste zu vermittelnde bereichsspezifische Fachkompetenz wird breites Grundlagenwissen angegeben (vgl. Abbildung 22). Die Vermittlung speziellen Fachwissens und fachspezifischer theoretischer Kenntnisse geben jeweils über 50% der Befragten mit hoher/sehr hoher Wichtigkeit an. Die Vermittlung wissenschaftlicher Methoden ist bei über 50% der Befragten von höchstens mittlerer Wichtigkeit.

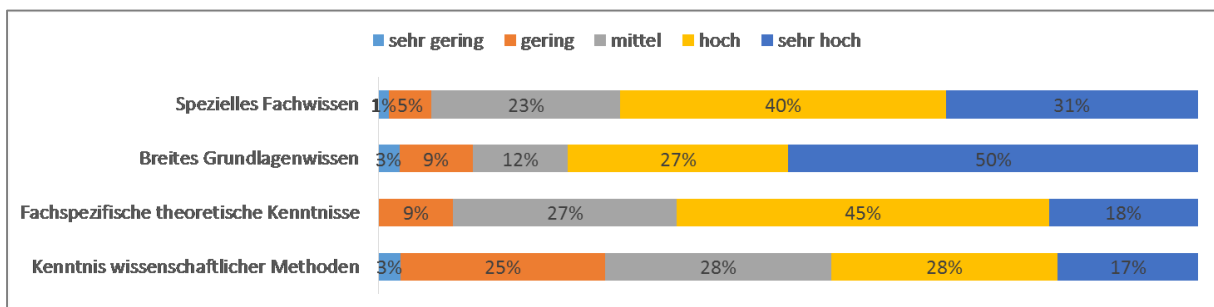


Abbildung 22: Bedarf zur Vermittlung von bereichsspezifischen Fachkompetenzen; N=80

Über 80% der Befragten geben jeweils das fachübergreifende Denken und Wirtschaftskenntnisse als zu vermittelnde Sachkompetenzen mit hoher/sehr hoher Wichtigkeit an, gefolgt von Rechtskenntnissen mit 62% (vgl. Abbildung 23). Kenntnisse in EDV und Fremdsprachen werden von jeweils über 60% als Sachkompetenz höchstens mittlerer Wichtigkeit angegeben.

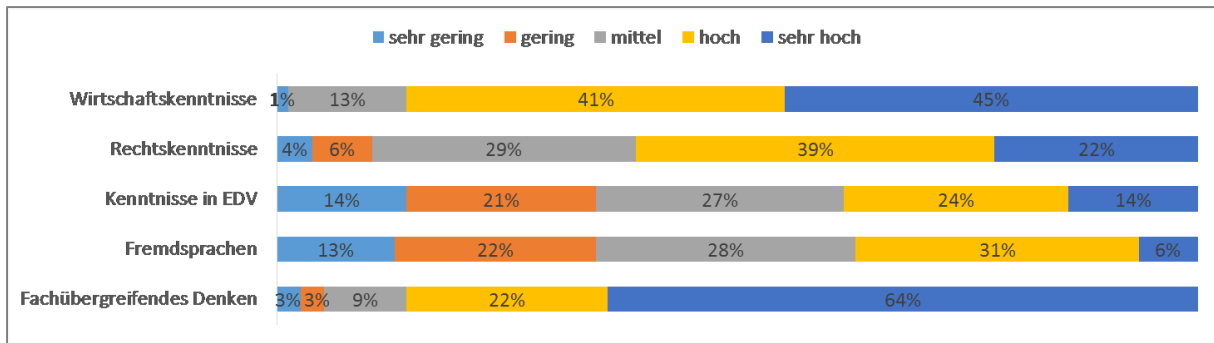


Abbildung 23: Bedarf zur Vermittlung von Sachkompetenzen; N=80

Bei den Methodenkompetenzen wird die Vermittlung von analytische Fähigkeiten, kritischem Denken, Problemlösungsfähigkeiten, die Fähigkeit, vorhandenes Wissen auf neue Probleme anzuwenden und die Organisationsfähigkeit von jeweils über 75% der Befragten mit hoher/sehr hoher Wichtigkeit bewertet (vgl. Abbildung 24). Die Vermittlung selbstständigen Arbeitens und Zeitmanagements wird von ca. 60% der Befragten mit hoher/sehr hoher Wichtigkeit angegeben.

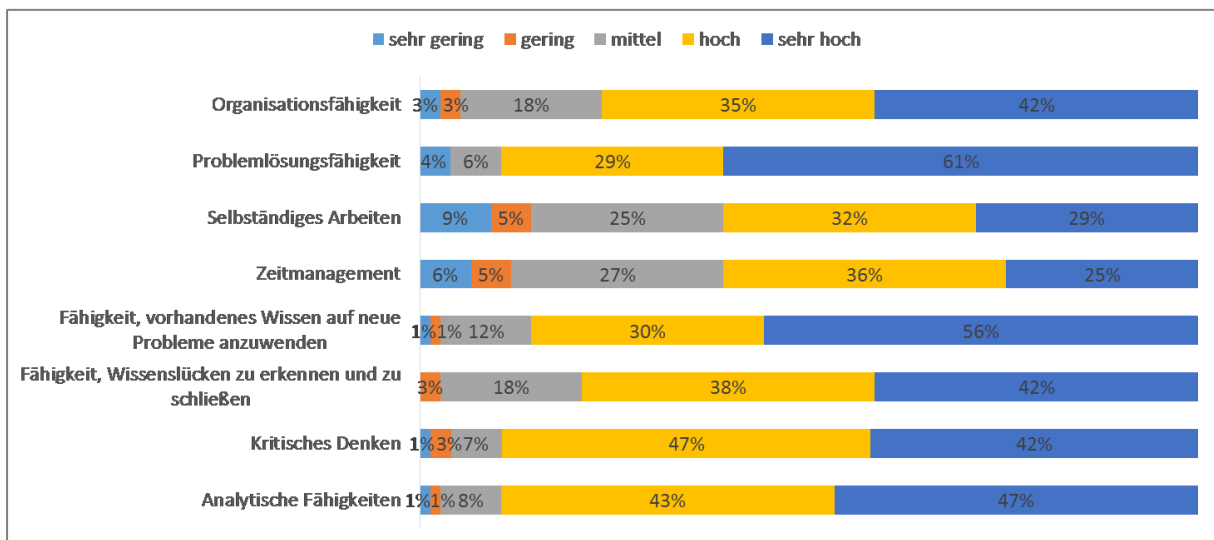


Abbildung 24: Bedarf zur Vermittlung von Methodenkompetenzen; N=80

Als zu vermittelnde Sozialkompetenzen hoher/sehr hoher Wichtigkeit geben jeweils über 75% der Befragten Konfliktmanagement, Kommunikationsfähigkeit, Kooperationsfähigkeit, Führungsqualitäten und Verhandlungsgeschick an (siehe Abbildung 25). Die Vermittlung mündlicher Ausdrucksfähigkeit und von Durchsetzungsvermögen werden von jeweils ca. 60% der Befragten als wichtig/sehr wichtig eingestuft. Über 50% der Befragten geben die Vermittlung von schriftlicher Ausdrucksfähigkeit mit höchstens mittlerer Wichtigkeit an.

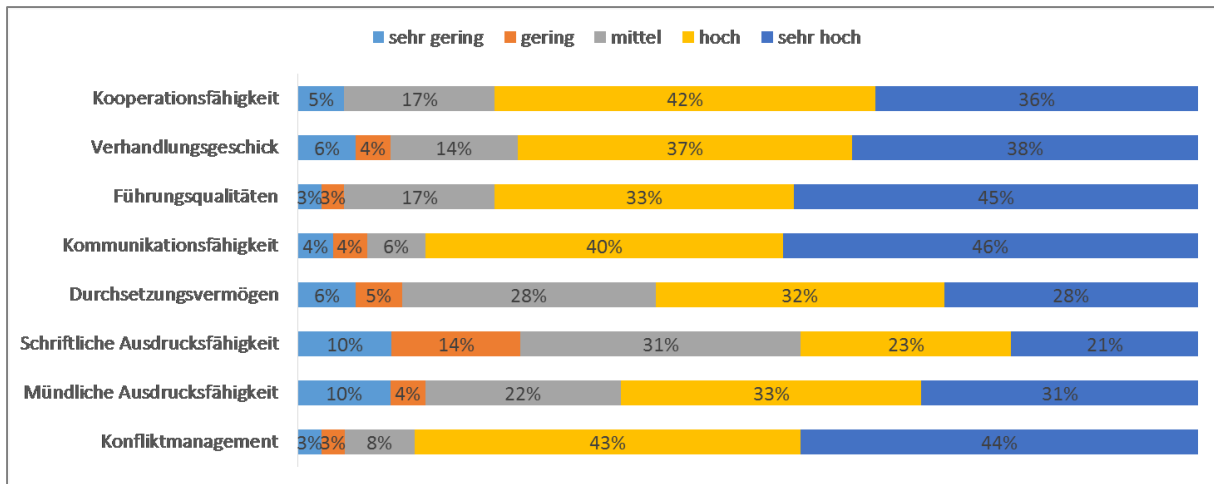


Abbildung 25: Bedarf zur Vermittlung von Sozialkompetenzen; N=80

Die Vermittlung der Anwendungskompetenz, wissenschaftliche Ergebnisse und Konzepte praktisch umzusetzen, wird von 70% der Befragten mit hoher/sehr hoher Wichtigkeit angegeben (vgl. Abbildung 26).

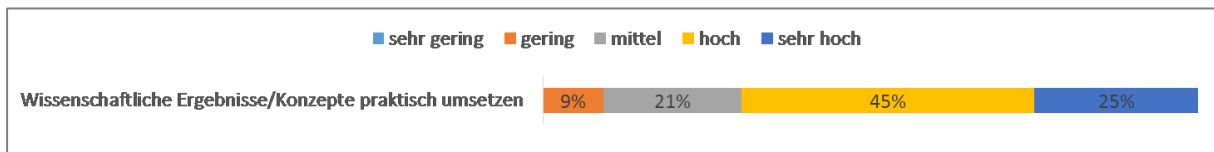


Abbildung 26: Bedarf zur Vermittlung von Anwendungskompetenz; N=80

Zusammenfassend lassen sich folgende zu vermittelnden Kompetenzen, die jeweils von über 85% der Befragten mit hoher/sehr hoher Wichtigkeit angegeben haben (in abnehmender Reihenfolge):

- Analytische Fähigkeiten
- Problemlösungsfähigkeit
- Kritisches Denken
- Konfliktmanagement
- Wirtschaftskennntnisse
- Kommunikationsfähigkeit
- Fähigkeit, vorhandenes Wissen auf neue Probleme anzuwenden
- Fachübergreifendes Denken.

### Allgemeine inhaltliche Aspekte nach Wichtigkeit

Als die drei wichtigsten inhaltlichen Aspekte werden der Praxisbezug der Lehrveranstaltungen, Seminare und Skripte, die Qualität des Lehrmaterials und die Förderung von Anwendungskompetenzen genannt (vgl. Abbildung 27). Dies geben jeweils über 85% der Befragten als Aspekte hoher/sehr hoher Wichtigkeit an. Die Förderung von bereichsspezifischen Fachkompetenzen, Sachkompetenzen, Methodenkompetenzen und Sozialkompetenzen sowie die

Abstimmung der Abschlussarbeit auf die Tätigkeit im Unternehmen und die Verknüpfung zwischen Inhalten einzelner Module wird von 61 bis 71% der Befragten als wichtig/sehr wichtig angegeben. Die Abstimmung der Gruppenarbeiten auf die Tätigkeit im Unternehmen wird von 55% der Befragten mit höchstens mittlerer Wichtigkeit bewertet. Der Forschungsbezug und das wissenschaftliche Arbeiten sind bei 67% der Befragten höchstens von mittlerer Wichtigkeit und damit der am wenigsten wichtige Aspekt.

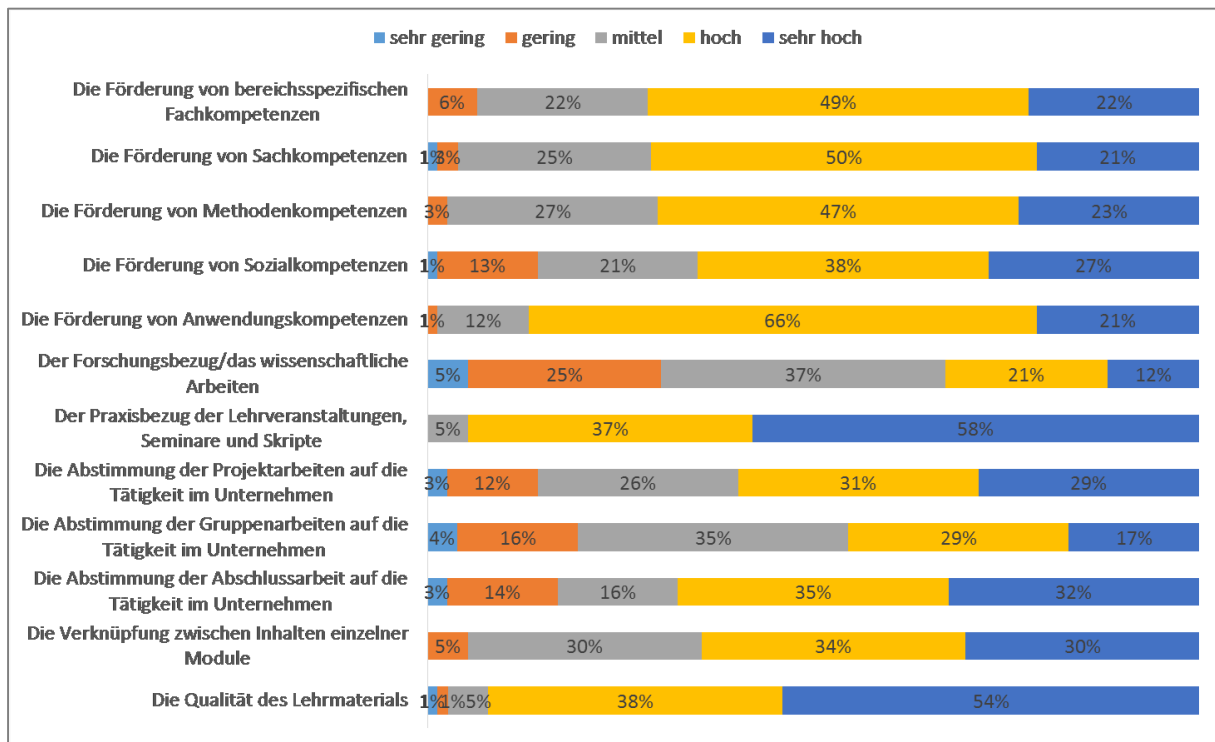


Abbildung 27: Bedarf zu inhaltlichen Aspekten eines berufsbegleitenden Studienganges; N=80

## 4.2.2 Strukturelle Gestaltung

### Hochschulform und Weiterbildungsprogramm

Als Hochschulform für ein berufsbegleitendes Studium kommen für 43% (65) der Befragten Fachhochschulen, für 38% (57) der Befragten Universitäten in Frage (siehe Abbildung 28). 19% (28) der Befragten geben Duale Hochschulen als potentielle Hochschulform ihrer Wahl an.

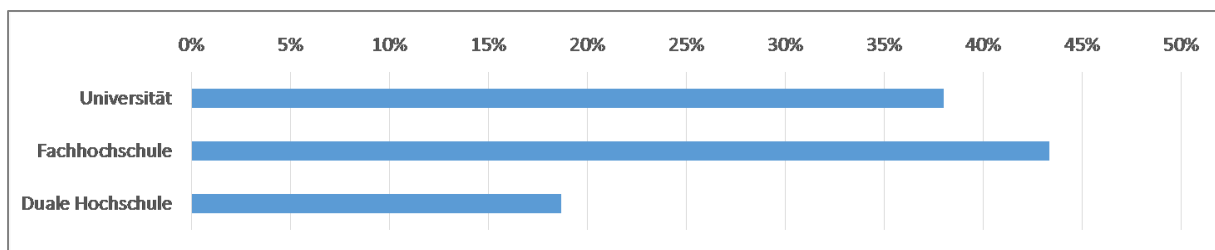


Abbildung 28: Nachgefragte Hochschulform für ein berufsbegleitendes Studium; Mehrfachnennung möglich



Da sich aus den Interviews ergeben hat, dass der Master of Business Administration sehr häufig hervorgehoben wird oder von berufsbegleitenden Masterstudiengängen abgegrenzt wird, wird der MBA als separates Weiterbildungsprogramm abgefragt (siehe Abbildung 29). Diesen sehen 71% (57) der Befragten als geeignetes Weiterbildungsprogramm an. Berufsbegleitende Masterstudiengänge und Weiterbildungsangebote mit Zertifikatsabschluss (Kontaktstudium) werden von 54% (43) der Befragten nachgefragt. Da auch die Befragung von Berufstätigen vorgesehen war, wird auch nach einem berufsbegleitenden Bachelorstudiengang gefragt. Dieser ist für 10% (8) der Befragten von Interesse.

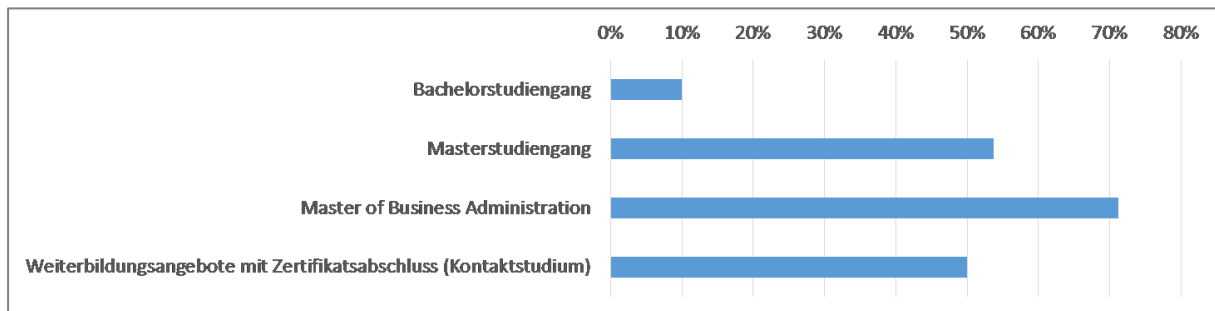


Abbildung 29: Nachgefragtes Weiterbildungsprogramm für ein berufsbegleitendes Studium; Mehrfachnennung möglich

### Allgemeine strukturelle Aspekte, Form der Lehrinhalte und Leistungsnachweise

Als die wichtigsten strukturellen Aspekte im Studium werden die Breite und Vielfalt des Modulangebots, die Flexibilität im Studium, die Betreuung durch Lehrenden und der Kontakt zu den Lehrenden angegeben (siehe Abbildung 30). Diese werden von jeweils über 75% der Befragten als wichtig/sehr wichtig eingestuft. Die Ausstattung der Einrichtung und die Interaktivität zwischen den Studierenden werden von jeweils ca. 50% der Befragten als wichtig/sehr wichtig bewertet.

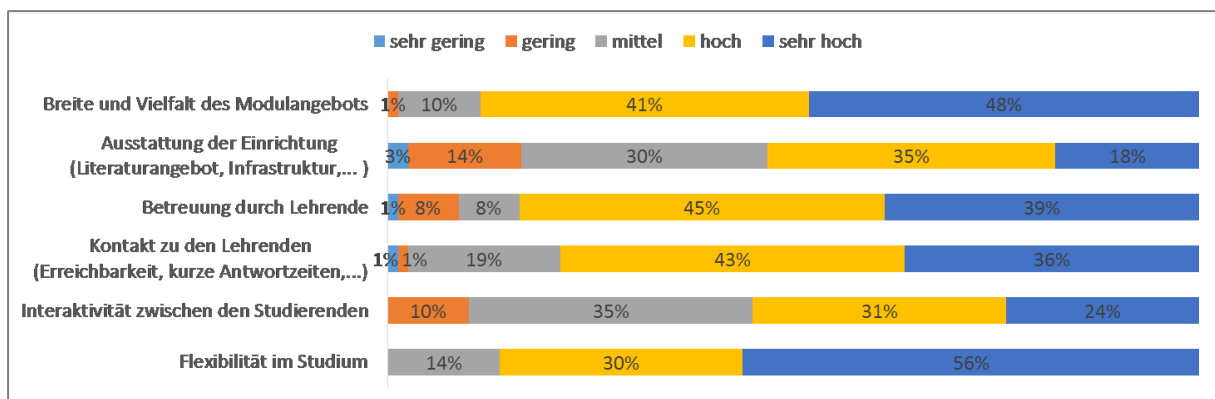


Abbildung 30: Wichtigkeit struktureller Aspekte eines berufsbegleitenden Studienganges; N=80

Die Lehrinhalte im Studium sollen in Form von ausformulierten Skripten bereitgestellt werden. Dies geben 87% der Befragten als wichtig/sehr wichtig an (vgl. Abbildung 31). Die Bereitstellung der Lehrinhalte in Form von Webinaren ist 41% der Befragten wichtig/sehr wichtig. Über 75% der Befragten ist die Bereitstellung der Lehrinhalte in Form von Audio- und Videodateien von höchstens mittlerer Wichtigkeit.

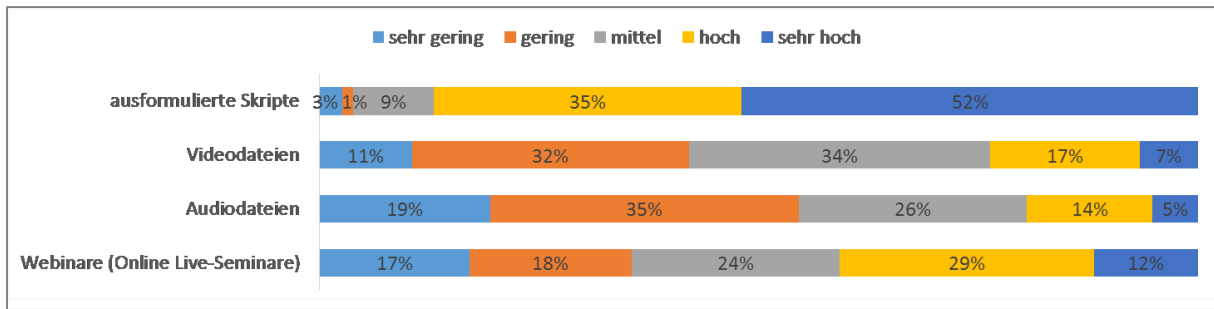


Abbildung 31: Bedarf zur Form und Bereitstellung der Lehrinhalte; N=80

Für die Leistungsnachweise, die im Studium erbracht werden müssen, geben jeweils ca. 70% der Befragten es als wichtig/sehr wichtig an, dass diese in Form von Klausuren oder bewerteten Seminararbeiten stattfinden sollen (siehe Abbildung 32). 55% der Befragten geben den Leistungsnachweis in Form von mündlichen Prüfungen als wichtig/sehr wichtig an. Über 60% der Befragten stufen Leistungsnachweise in Form von bewerteten Gruppenarbeiten mit höchstens mittlerer Wichtigkeit ein.

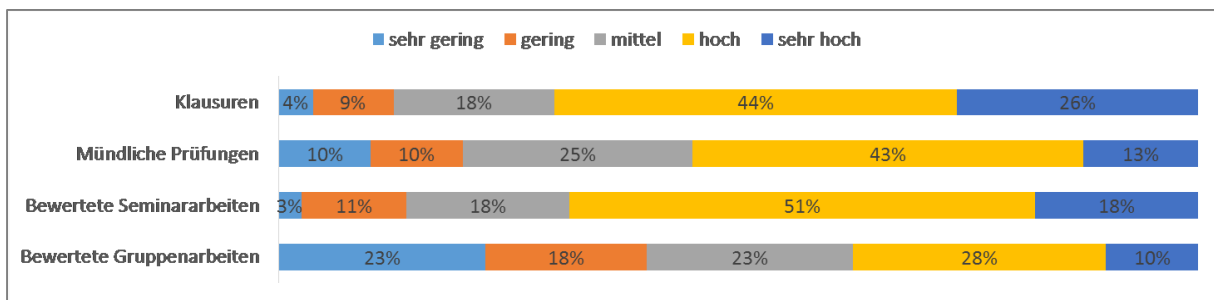


Abbildung 32: Bedarf zur Form der Leistungsnachweise; N=80

Zur Vorbereitung für die Leistungsnachweise ist 58% der Befragten wichtig/sehr wichtig, dass sie in separaten Präsenzveranstaltungen stattfindet (vgl. Abbildung 33). 49% der Befragten geben an, dass die Vorbereitung in Form von Probeklausuren wichtig/sehr wichtig ist. Die Vorbereitung in Form von Multiplechoice-Fragen ist 32% der Befragten wichtig/sehr wichtig. Über 85% der Befragten geben an, dass die Vorbereitung auf Prüfungen in Form von Video-Chats von höchstens mittlerer Wichtigkeit ist.

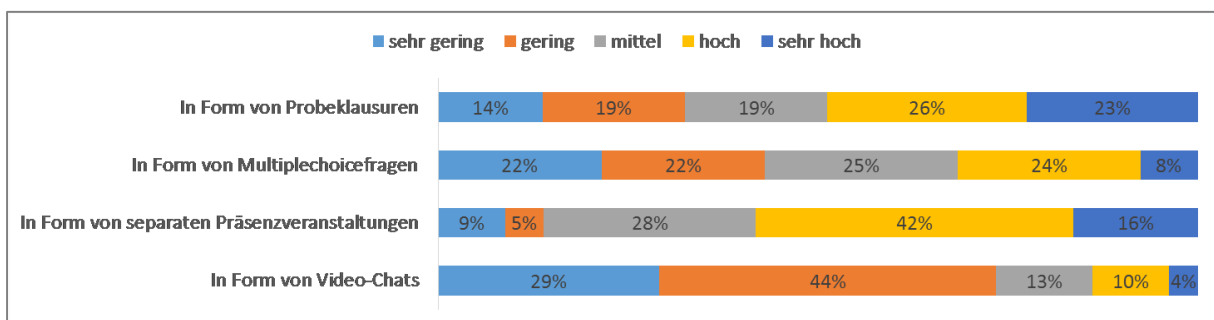


Abbildung 33: Bedarf zur Form der Prüfungsvorbereitung; N=80

## Präsenzphasen und -zeiten

Bei der Frage nach dem optimalen Anteil an Präsenzphasen für ein berufsbegleitendes Studium, wird als untere Grenze weniger als 20% vorgegeben, was bedeutet, dass Lehrinhalte weitestgehend in Selbstlernphasen (beispielsweise e-Learning) anzueignen sind. Als obere Grenze wird mehr als 80% vorgegeben, was bedeutet, dass Lehrinhalte weitestgehend in Präsenzveranstaltungen vermittelt werden (siehe Abbildung 34).

60% der Befragten geben an, dass das Studium zu über 70% aus Präsenzveranstaltungen bestehen sollte. Im Durchschnitt beträgt der optimale Anteil an Präsenzphasen 62 Tage.

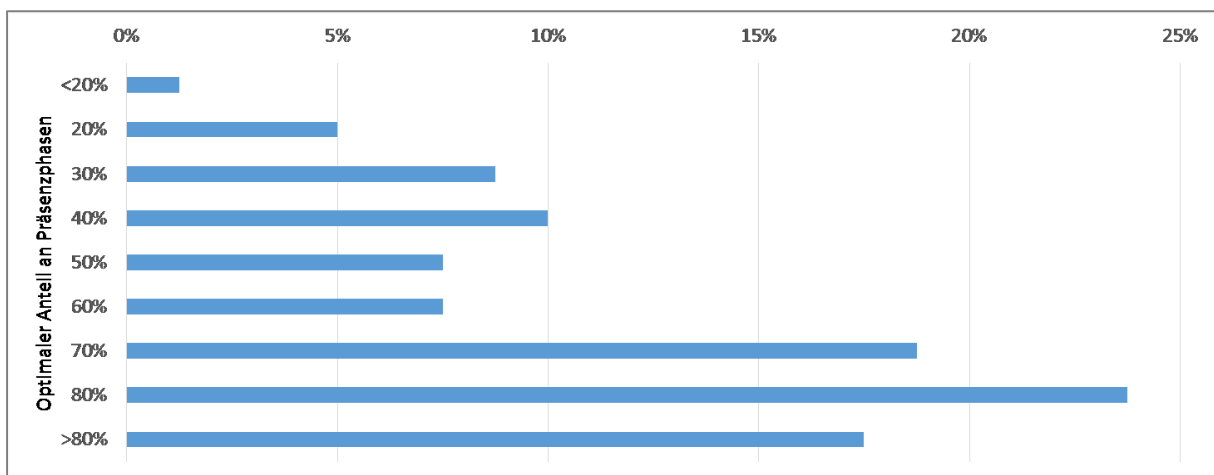


Abbildung 34: Bedarf zum optimalen Anteil an Präsenzphasen an einem berufsbegleitenden Studium; N=80

Nach Angaben von über 67% der Befragten sollten die Präsenzveranstaltungen ganztägig an Wochenenden stattfinden (vgl. Abbildung 34). Jeweils unter 20% geben an, dass Präsenzveranstaltungen abends an Werktagen (18%) und ganztägig über mehrere Wochen (15%) stattfinden sollen.

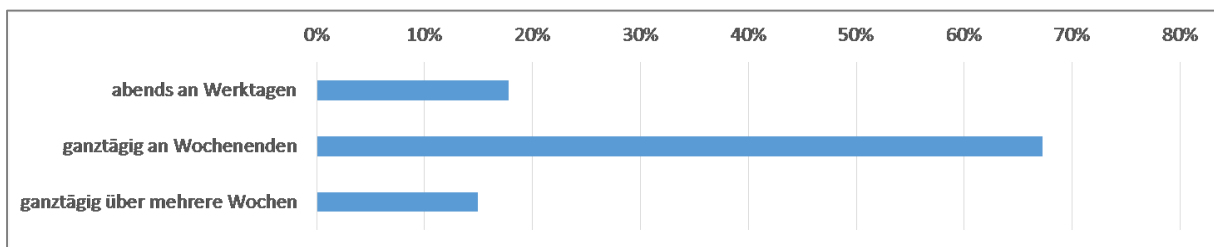


Abbildung 35: Bedarf zur Form der Präsenzzeiten; Mehrfachnennung möglich

Für diese Präsenzveranstaltungen sind 69% der Befragten bereit, über 50% ihrer Urlaubstage aufzubringen (vgl. Abbildung 36). 21% der Befragten sind bereit, ihre gesamten Urlaubstage für ein berufsbegleitendes Studium aufzubringen. 31% der Befragten sind nicht bereit, mehr als 40% ihrer Urlaubstage für ein Studium zu opfern und erwarten, dass sie zu 60 bis 90% vom Unternehmen

freigestellt werden. Durchschnittlich sind die Befragten bereit, 56% ihrer Urlaubstage für Präsenzveranstaltungen aufzuwenden.

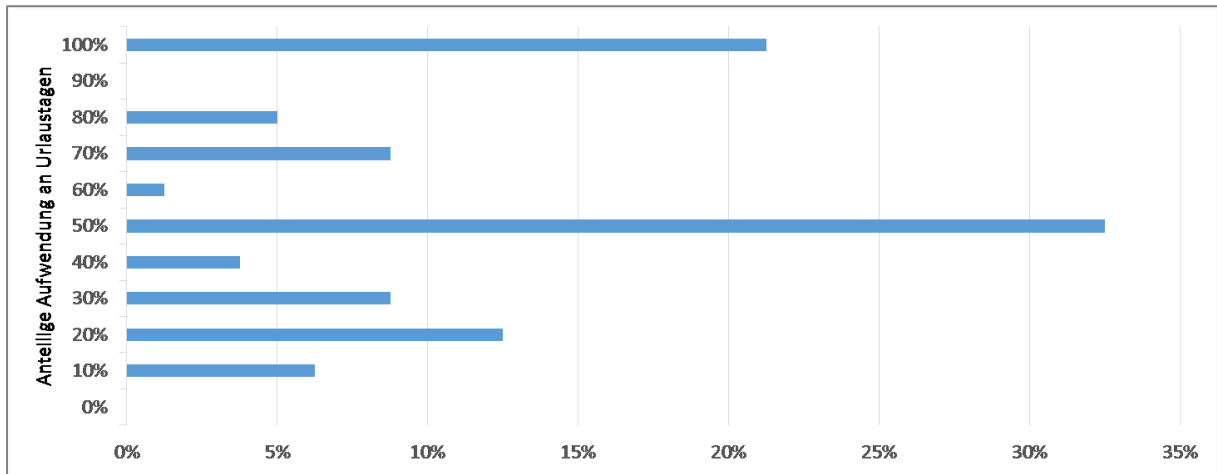


Abbildung 36: Bedarf zur anteiligen Aufwendung an Urlaubstagen für Präsenzphasen eines berufsbegleitenden Studiums; N=80

### 4.2.3 Finanzielle Gestaltung

In Bezug auf die maximal für ein berufsbegleitendes Masterstudiengang zu entrichtenden Kosten geben 58% der Befragten einen Bereich von 12.500-14.999 € an (siehe Abbildung 37).

Durchschnittlich liegen die maximal akzeptablen Kosten nach Angabe aller Befragten bei 13.800 €. Jeweils ca. 15% der Befragten geben diese in Höhe von 10.000-12.499 € bzw. 15.000-17.499 € an. Ein geringer Anteil von jeweils unter 4% sieht die maximalen Kosten unter 10.000 € bzw. über 20.000 €. Die durchschnittlich maximal angemessenen Kosten für ein berufsbegleitendes Studium liegen bei 13.800 €.

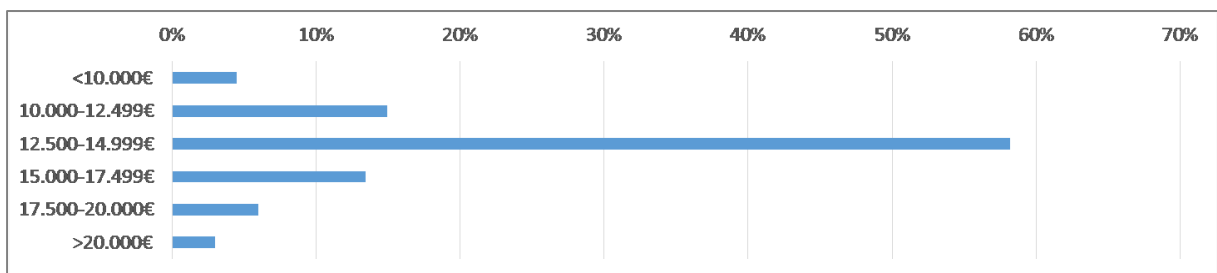


Abbildung 37: Bedarf zu maximalen Kosten berufsbegleitender Masterstudiengänge; N=80

49% der Befragten sind bereit, 100% der Kosten für ein berufsbegleitendes Studium zu übernehmen (siehe Abbildung 38). Dazu bereit, diese zu mindestens 50% zu übernehmen, sind 91% der Befragten. Der durchschnittliche Anteil der Kosten, den die Befragten bereit sind zu übernehmen, liegt bei 74%.

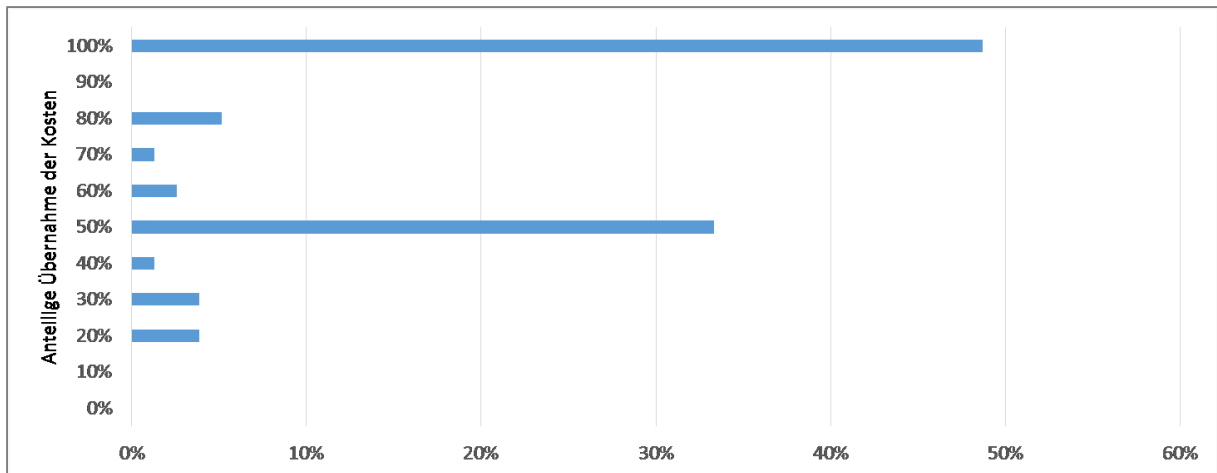


Abbildung 38: Bereitschaft zur anteiligen Übernahme der Kosten eines berufs begleitenden Studiums; N=80

### Entscheidungsfindung bei der Auswahl eines berufs begleitenden Studienganges

Nach der Befragung zur inhaltlichen, strukturellen und finanziellen Gestaltung werden die potentiellen Studierenden nach Gründen, die für und gegen ein berufs begleitendes Studium sprechen, nach der Bereitschaft ein solches aufzunehmen und nach Entscheidungskriterien gefragt, die bei der Auswahl der Hochschule wichtig sind.

Da bei der Angabe der Motivation für und gegen ein berufs begleitendes Studium sehr häufig übereinstimmende Gründe angegeben werden, werden sie zur übersichtlichen Darstellung zu Kategorien zusammengefasst (vgl. Abbildung 39 und Abbildung 40).

Die drei am häufigsten genannten Gründe für ein berufs begleitendes Studium sind die persönliche Weiterentwicklung (21% der Befragten), die Steigerung des eigenen Marktwertes (17% der Befragten) und die Steigerung der Karrierechancen (16% der Befragten). Weitere genannte Gründe sind Aneignung berufsspezifischen Wissens (14% der Befragten), finanzielle Vorteile gegenüber einem Vollzeitstudium (12% der Befragten), Aneignung breiten Wissens (11% der Befragten) und Aneignung und Aktualisierung von Wissen, das im Unternehmen nicht vermittelt werden kann (9% der Befragten).

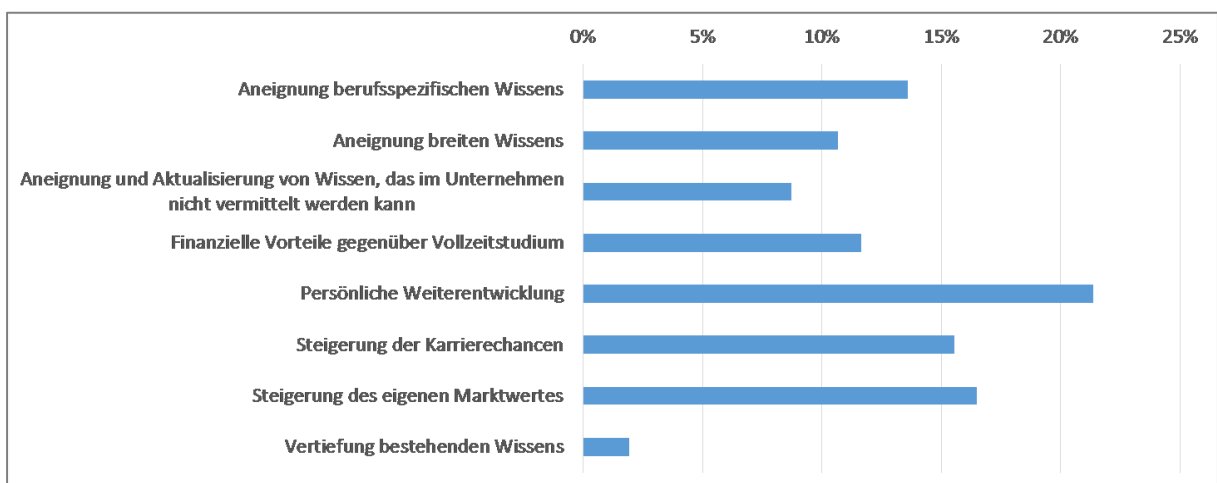


Abbildung 39: Gründe für die Aufnahme eines berufs begleitenden Studiums; Mehrfachnennung möglich

Als Gründe gegen ein berufsbegleitendes Studium werden am häufigsten die zu hohe zeitliche Belastung (28% der Befragten), die zu hohe Arbeitsbelastung (21% der Befragten) und geringe Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Studium (17% der Befragten) angegeben. Weitere häufig genannte Gründe sind eine zu große finanzielle Belastung (13% der Befragten) und geringe Kosten-Nutzen-Vorteile (9% der Befragten).

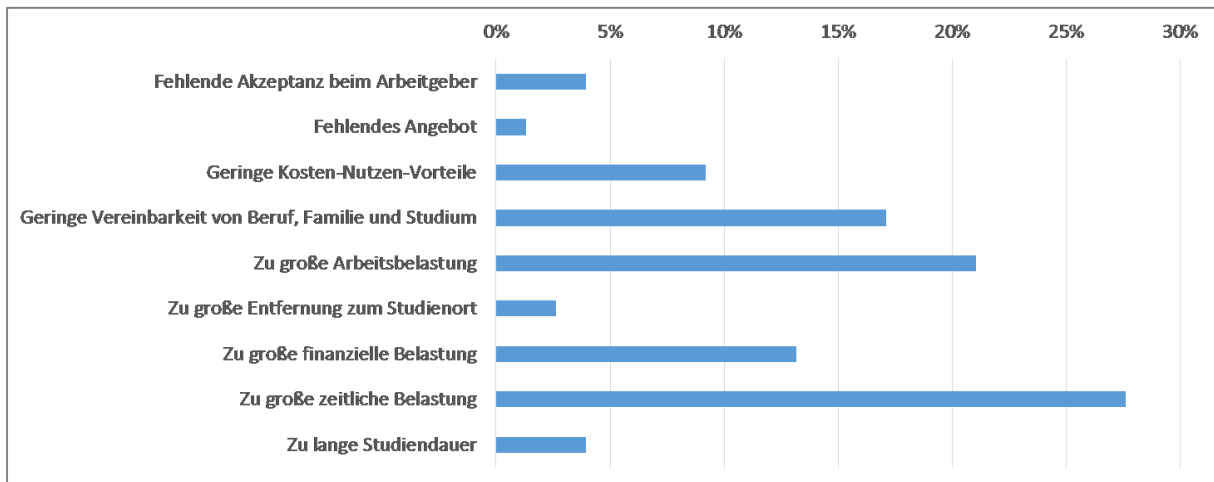


Abbildung 40: Gründe gegen die Aufnahme eines berufsbegleitenden Studiums; Mehrfachnennung möglich

Ca. 70% der Befragten haben eine hohe/sehr hohe Bereitschaft, ein berufsbegleitendes Studium aufzunehmen (vgl. Abbildung 41). Keine oder geringe Bereitschaft geben 12% der Befragten an.

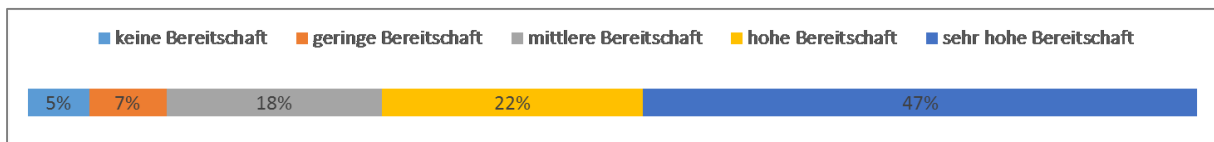


Abbildung 41: Bereitschaft zur Aufnahme eines berufsbegleitenden Studiums; N=80

Bei den Entscheidungskriterien für die Auswahl der Hochschule für ein berufsbegleitendes Studium geben 96% der Befragten den Studiengang und Studienschwerpunkt als sehr/extrem ausschlaggebend an (siehe Abbildung 42). Nach diesem Kriterium sind das Image/Ruf der Hochschule die Flexibilität, die Anzahl der Präsenztage und der Studienabschluss bei 73 bis 80% der Befragten am ausschlaggebendsten. Die Entfernung vom Wohnsitz zur Hochschule wird von 46% der Befragten als sehr/extrem ausschlaggebend angegeben. Die Dauer des Studiums ist mit 28% der Angaben bei sehr/extrem ausschlaggebend das am wenigsten ausschlaggebende Entscheidungskriterium.

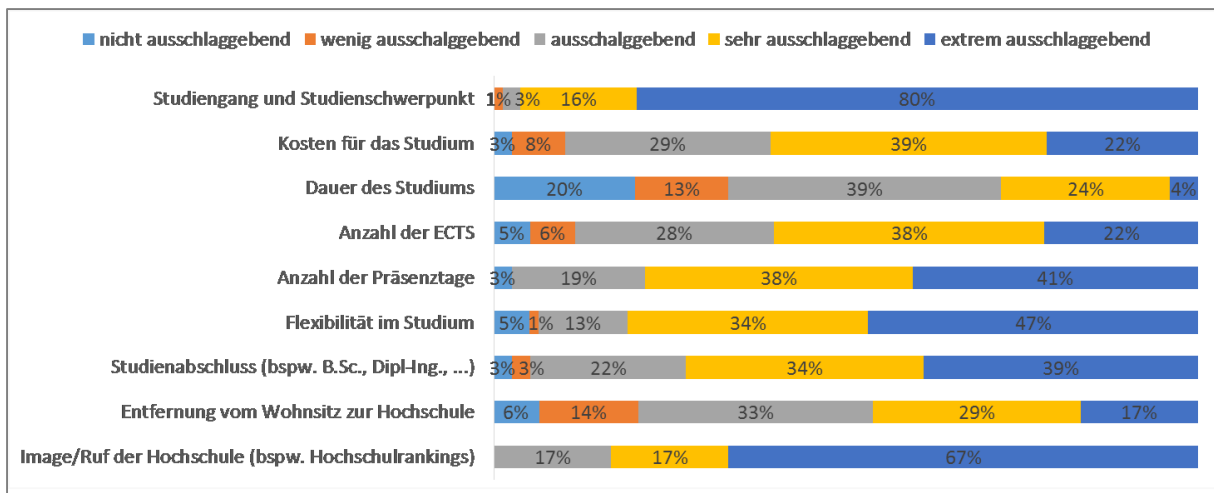


Abbildung 42: Entscheidungskriterien bei der Auswahl der Hochschule; N=80

### Besonders wichtige Aspekte (abschließende Frage)

Bei der abschließenden Frage wurden nur vereinzelt Angaben gemacht. Der am häufigsten genannte wichtige Aspekt in einem berufsbegleitenden Studium ist mit sieben Angaben der Erfahrungsaustausch mit Berufserfahrenen und die Netzworkebildung. Vier Befragte geben hervorragende Dozenten aus der Wirtschaft mit entsprechendem Praxisbezug als wichtig an. Jeweils zwei Befragte legen Wert auf einen hohen Anteil an Präsenzphasen und ein Angebot von frei wählbaren, auch fachfremden Modulen. Weitere einzeln genannte wichtige Aspekte sind der Bezug zur eigenen Tätigkeit im Beruf, da nur so ein Mehrwert des Studiums gewährleistet werden kann und eine enge Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Universität. Wichtig sind eine adäquate Verknüpfung von Theorie und Praxis in einem guten didaktischen Konzept sowie thematisch und inhaltlich verknüpfte Module. Das Studium sollte einen mehrwöchigen Auslandsaufenthalt beinhalten und der Abschluss sollte international, zertifizierte Module national anerkannt sein. Nach einer Angabe sollte das klassische Modell von Vorlesungs-, Prüfungs- und Ferienzeiten nicht mehr zur Anwendung kommen, sondern ein kontinuierliches Modell etabliert werden, das die nötige Flexibilität bietet, Beruf, Familie und Studium zu vereinbaren.

## 4.3 Bedarfsanalyse Unternehmen

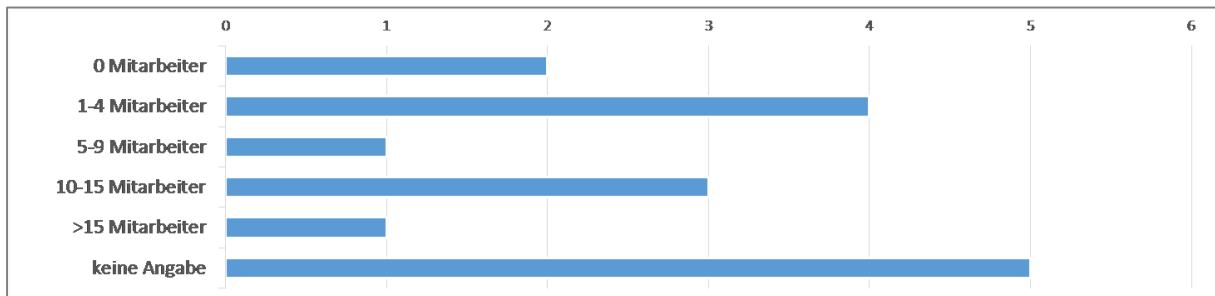
### 4.3.1 Leitfadengestützte Interviews

#### Derzeitige Weiterbildungssituation in den Unternehmen

Um die Größe der potentiellen Zielgruppen abzuschätzen, wird nach der Anzahl der Mitarbeiter gefragt, die sich im Jahr 2014 in berufsbegleitenden Studiengängen befinden (vgl. Abbildung 43). Zwei von 16 Unternehmen geben an, dass sich keine Mitarbeiter in der wissenschaftlichen Weiterbildung befunden haben, da in diesem Bereich generell kein hoher Bedarf besteht. Durchschnittlich befanden sich 6 Mitarbeiter pro Unternehmen in berufsbegleitenden Studiengängen. Fünf Unternehmen können keine genauen Angaben dazu machen, da nur die Gesamtanzahl der Mitarbeiter vorliegt, die sich in der betrieblichen und wissenschaftlichen Weiterbildung befanden. Weitere Gründe sind, dass diese Informationen nur in den einzelnen

Fachabteilungen vorliegen oder Mitarbeiter Studiengänge belegen ohne das Unternehmen darüber zu informieren.

Diese Mitarbeiter befanden sich vorwiegend in berufsbegleitenden Masterstudiengängen. Jeweils ein Unternehmen gibt an, dass sich Mitarbeiter im Fernstudium oder einem berufsbegleitendem Bachelorstudiengang weiterbilden. Die Mitarbeiter in berufsbegleitenden Masterstudiengängen sind häufig ehemalige Studierende von Dualen Hochschule.



**Abbildung 43: Anzahl der Mitarbeiter, die sich im Jahr 2014 in berufsbegleitenden Masterstudiengängen befunden haben; N=16**

Als häufigsten Grund für Weiterbildung geben neun von 16 Unternehmen die Eigeninitiative der Mitarbeiter an (siehe Abbildung 44). Jeweils sechs Unternehmen geben die Ausbildung von Fach- und Führungskräften, die Mitarbeiterbindung und die Sicherung der Marktposition des Unternehmens an. Jeweils ein Unternehmen aus der Pharmaindustrie, Medizintechnik und dem Anlagen- und Maschinenbau geben als Grund für Weiterbildung die Reaktion auf rechtliche Anforderungen an. Den Grund, theoretische Konzepte aus der Wissenschaft in das Unternehmen zu bringen, gibt ein Unternehmen an.

Der Bedarf an Weiterbildung wird von zwölf Unternehmen als steigend eingeschätzt, vier Unternehmen geben einen gleichbleibenden Weiterbildungsbedarf an.



**Abbildung 44: Gründe für Weiterbildung in Unternehmen; Mehrfachnennung möglich**



### 4.3.1.1 Inhaltliche Gestaltung

#### Fachrichtungen und Studiengänge

Zur Erhebung des Weiterbildungsbedarfs für einzelne Studiengänge, werden zum einen die Studiengänge betrachtet, in denen sich die Mitarbeiter im Jahr 2014 befunden haben und zum anderen die Studiengänge, die zukünftig für Unternehmen relevant sind. Zusätzlich werden die Angaben für geforderte berufsspezifische Fertigkeiten und Fachwissen mit einbezogen, da oftmals zwischen diesen Bereichen nicht klar unterschieden wurde. Die angegebenen Studiengänge werden zur übersichtlichen Darstellung zu Fachrichtungen zugeordnet (siehe Abbildung 45). Von den genannten Studiengängen sind 64% (67) aus der Fachrichtung Wirtschaftswissenschaften. Zehn von 16 Unternehmen nennen allgemeine Betriebswirtschaftslehre, jeweils acht Unternehmen nennen Produkt-/Produktionsmanagement und Logistikmanagement (vgl. Abbildung 46). Fünf Unternehmen führen Projektmanagement, Change Management, Supply Chain Management, international Business/Management und Innovationsmanagement als Studiengänge an, die für die Weiterbildung relevant sind.

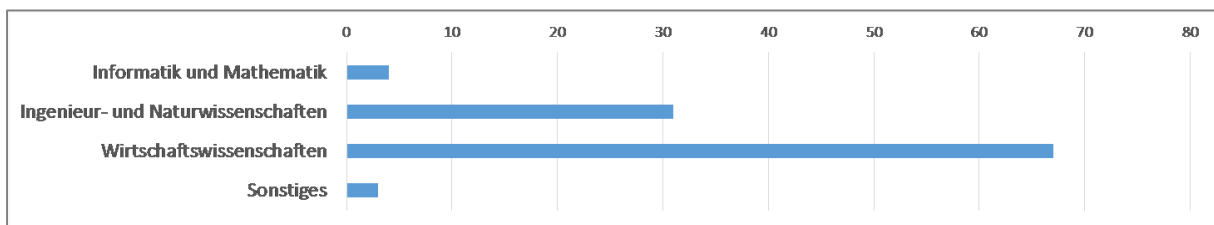


Abbildung 45: Bedarf an Studiengängen nach Fachrichtung; Mehrfachnennung möglich

In der Fachrichtung Ingenieurwissenschaften ist Maschinenbau mit fünf Angaben der am häufigsten genannte Studiengang. Wirtschaftsingenieurwesen ist für vier Unternehmen relevant. Jeweils drei Unternehmen nennen Elektrotechnik und Ingenieurwesen. Eine hohe Relevanz in der Fachrichtung Informatik und Mathematik sehen vier Unternehmen für den Studiengang Informatik.

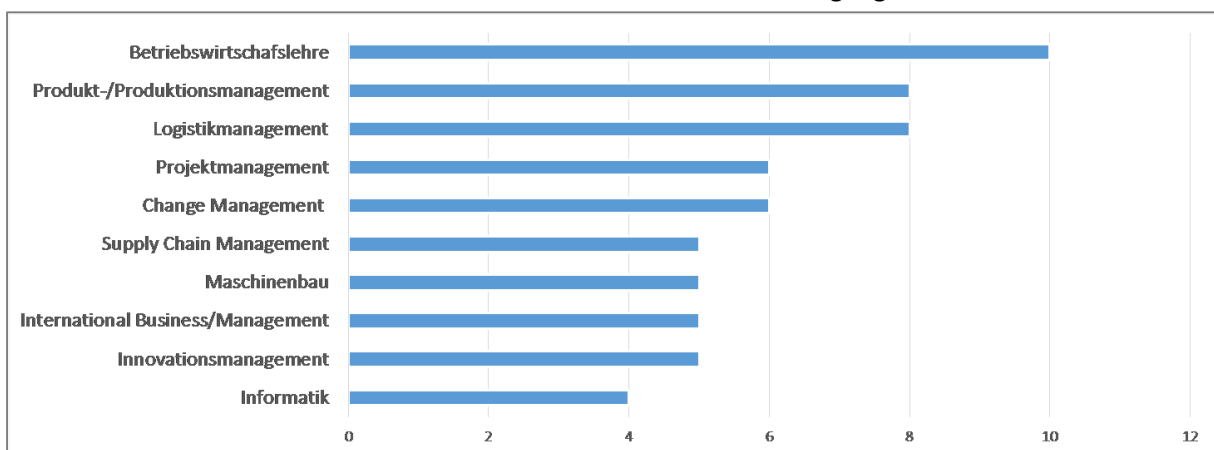


Abbildung 46: Bedarf an Studiengängen; die 10 meistgenanntesten Studiengänge; Mehrfachnennung möglich

## Wirtschaftliche und technologische Entwicklungen

Sieben von 16 Unternehmen geben an, dass der Bedarf an Weiterbildung an den Kerngeschäften ausgerichtet ist und auf wirtschaftliche und technologische Entwicklungen mit Direkteinstellungen reagiert wird. Branchenübergreifend sind Fortschritte und neue Technologien in Produktions- und Fertigungsprozessen sowie Verfahrenstechniken relevant. Ebenso ist die Auseinandersetzung mit neuen, komplexer werdenden rechtlichen Anforderungen eine branchenübergreifende relevante Entwicklung. Fortschritte und neue Techniken im Leichtbau (CFK und Glasfaser) sehen drei der befragten Unternehmen als relevant an. In der Automobilindustrie sind alternative Antriebe und Fortschritte in der Batterieforschung relevant. Vier Unternehmen geben den digitalen Wandel, Industrie 4.0 und die Mensch-Maschine Interaktion als relevante Entwicklung an. Als relevante wirtschaftliche Entwicklung sehen vier Unternehmen die zunehmende Globalisierung und Internationalisierung, an die Anforderungsprofile und Prozesse angepasst werden müssen.

### 4.3.1.2 Strukturelle Gestaltung

#### Hochschularten

Die Hochschulart, an der die Mitarbeiter weitergebildet werden, hat für fünf der 16 befragten Unternehmen keine Relevanz. Für diese ist das inhaltliche Angebot ausschlaggebend. Zwei Unternehmen nennen Universitäten. Grund dafür, dass Universitäten für die Weiterbildung nicht in Frage kommen ist häufig der fehlende Praxisbezug. Da die Mitarbeiter in den berufsbegleitenden Masterstudiengängen oftmals ehemalige Studierende von Dualen Hochschulen sind oder ein stärkerer Praxisbezug gegeben ist, kommen bei acht Unternehmen Hochschulen und bei vier Unternehmen Duale Hochschulen in Frage (vgl. Abbildung 47).

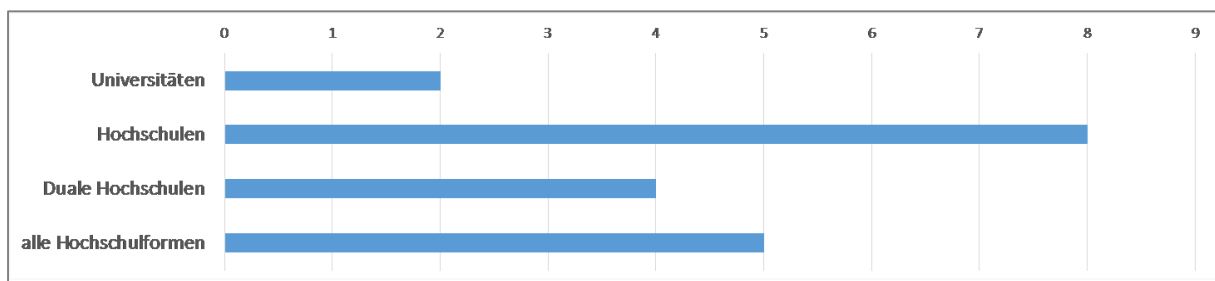
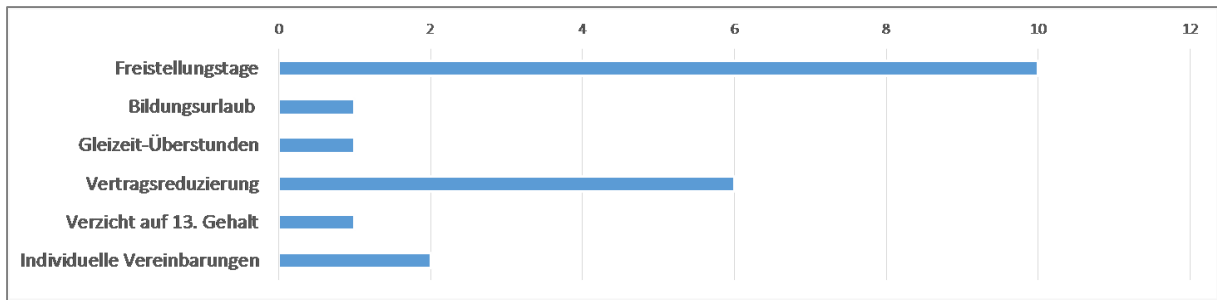


Abbildung 47: In Frage kommende Hochschularten für die Weiterbildung; Mehrfachnennung möglich

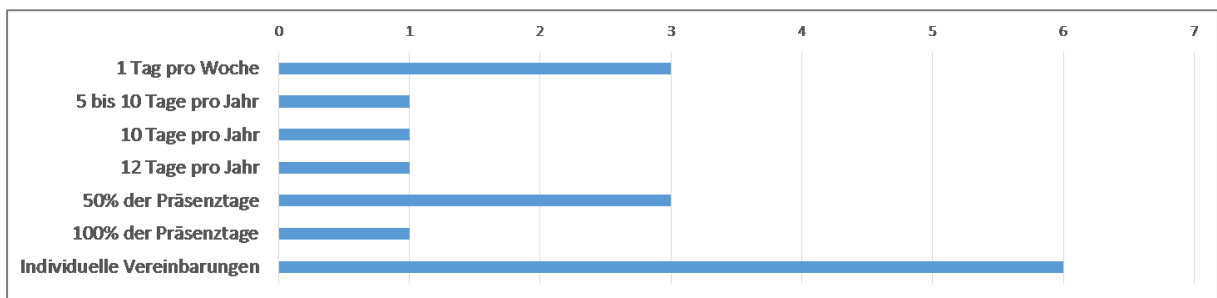
#### Freistellung der Mitarbeiter und Präsenzveranstaltungen

Für die Freistellung der Mitarbeiter für berufsbegleitende Studiengänge geben die befragten Unternehmen unterschiedliche Mechanismen und deren Kombinationen an (siehe Abbildung 48). In den meisten Fällen wird die Freistellung in Form von Freistellungstagen oder Vertragsreduzierung gewährleistet. Weitere Möglichkeiten Mitarbeiter freizustellen, sind die Inanspruchnahme von Bildungsurlaub, der Einsatz von Gleizeit-Überstunden oder der Verzicht auf das dreizehnte Gehalt. Zwei Unternehmen geben an, dass die Freistellung der Mitarbeiter ausschließlich individuell verhandelt wird.



**Abbildung 48: Mechanismen für die Freistellung der Mitarbeiter; Mehrfachnennung möglich**

Der Umfang der Freistellung über die genannten Mechanismen wird nach Angaben von sechs Unternehmen individuell verhandelt. Oftmals liegen die Entscheidungen in den einzelnen Fachabteilungen. Zehn Unternehmen gewährleisteten die Freistellung der Mitarbeiter in unterschiedlichem Umfang. Aus Vertragsreduzierungen ergeben sich bei drei der befragten Unternehmen ein Tag pro Woche, für die die Mitarbeiter freigestellt werden können. Drei Unternehmen stellen zusätzlich zu der Vertragsreduzierung Freistellungstage zur Verfügung oder, so dass Mitarbeiter bis zu 50% der Präsenztage freigestellt werden können. Ein Unternehmen stellt Mitarbeiter bis zu 100% für die Präsenzveranstaltungen frei (siehe Abbildung 49).



**Abbildung 49: Maximale Freistellung der Mitarbeiter für Weiterbildung; N=16**

Für die Zeiten, an denen die Präsenzveranstaltungen stattfinden sollten, geben acht Unternehmen freitags und an Wochenenden und vier Unternehmen an Randzeiten und Wochenenden an (vgl. Abbildung 50). Drei Unternehmen planen bei der Freistellung der Mitarbeiter zusätzliche Blockveranstaltungen ein und gewährleisteten eine Freistellung über zusätzliche Freistellungstage, Einbringung des 13. Gehalts oder Ausschüttungen aus einem Lebensarbeitszeitkonto. Vier der 16 Unternehmen machen keine Angabe oder geben die Zeiten für Präsenzveranstaltungen als irrelevant an.

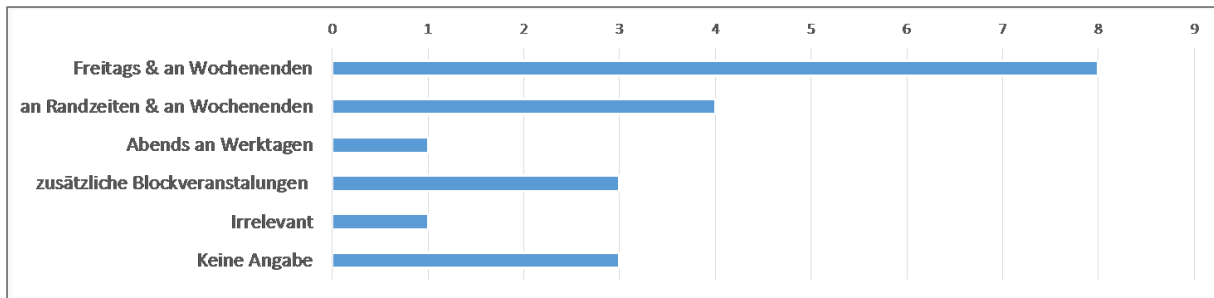


Abbildung 50: Geeignete Zeiten für Präsenzveranstaltungen; Mehrfachnennung möglich

### Attraktivität des Kontaktstudiums

14 der 16 befragten Unternehmen geben das Konzept des Kontaktstudiums als sehr attraktiv an. Der am häufigsten genannte Vorteil ist mit acht Angaben die zeitliche Flexibilität der Mitarbeiter, gefolgt von der Möglichkeit, die Weiterbildung bedarfsgerecht in Anspruch zu nehmen. Dieses geben sechs Unternehmen als Vorteil an. Drei Unternehmen sehen Potential für das Kontaktstudium, da es einen leichten Einstieg und Zugang zu der wissenschaftlichen Weiterbildung bietet. Weiter Vorteile sind die bestehende Option, einen Abschluss zu machen und die finanzielle Flexibilität. Für zwei der befragten Unternehmen sind zertifizierte Module weniger interessant als ein berufsbegleitender Studiengang, da der Hochschulabschluss ausdrücklich erwünscht ist und Zertifikate im akademischen Bereich noch wenig anerkannt sind.

#### 4.3.1.3 Finanzielle Gestaltung

Als maximale finanzielle Unterstützung der Mitarbeiter für ein berufsbegleitendes Studium geben sieben Unternehmen an, dass 50% der Gesamtkosten übernommen werden, vier Unternehmen übernehmen bis zu 100% der Kosten. Drei Unternehmen vereinbaren die finanzielle Unterstützung in den einzelnen Fachabteilungen individuell mit ihren Mitarbeitern. Eines der befragten Unternehmen bietet keine finanzielle Unterstützung der Mitarbeiter.

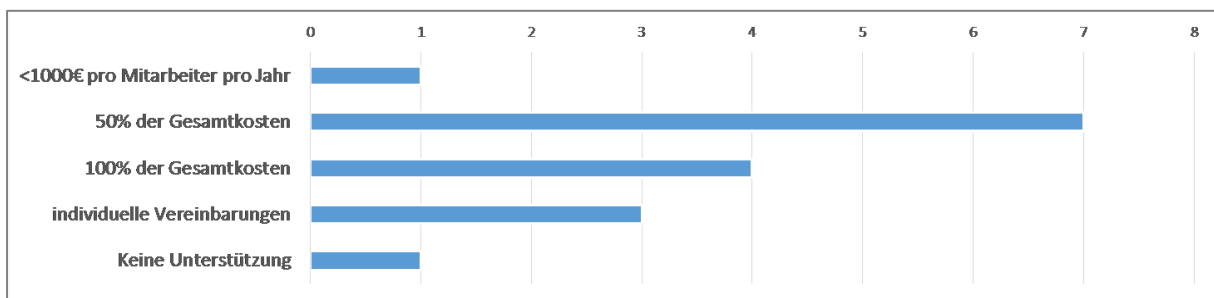


Abbildung 51: Maximale finanzielle Unterstützung der Mitarbeiter für Weiterbildung; N=16

### Besonders wichtige Aspekte (abschließende Frage)

Bei der offenen, abschließenden Frage wurden nur vereinzelt Angaben gemacht. Unternehmen betonen die Attraktivität des Kontaktstudiums, da sich das Studium besser mit dem Beruf vereinbaren lässt und Weiterbildung bedarfsgerecht und punktuell stattfinden kann. Wichtig ist auch,

dass die Vorlesungen, Abschluss- und Projektarbeiten einen hohen Praxisbezug haben, um den Transfer zwischen Wissenschaft und Praxis zu gewährleisten. Insbesondere ist neben der Förderung der Selbstständigkeit und der persönlichen Entwicklung der Mitarbeiter das Angebot englischsprachiger Module sehr von Interesse, um die nötigen Sprachkompetenzen zu vermitteln oder zu erhalten. Die Veranstaltungen sollten dabei von qualifizierten, praxisorientierten Dozenten gehalten werden.

## 4.3.2 Onlinebefragung

### 4.3.2.1 Inhaltliche Gestaltung

#### Weiterbildungsbedarf nach Unternehmensbereichen

Für die inhaltliche Gestaltung werden Unternehmen nach dem Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen jeweils nach Unternehmensbereich und Fachrichtung befragt. Über 25% der befragten Unternehmen geben einen hohen/sehr hohen Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen in der Geschäftsleitung/Strategie, in der Forschung & Entwicklung, im Controlling/Rechnungswesen und im Marketing und Vertrieb an (vgl. Abbildung 52). 77% der Unternehmen geben an, dass sehr geringer/geringer Bedarf in der allgemeinen Verwaltung besteht. Zwischen 62 und 68% der Unternehmen sehen einen sehr geringen/geringen Bedarf in der Logistik/Lagerhaltung, Einkauf/Beschaffung und Fertigung/Produktion. In der Forschung & Entwicklung, im Personalwesen und Controlling/Rechnungswesen sehen 50 bis 56% der Unternehmen einen sehr geringen/geringen Bedarf.

Sechs Unternehmen ergänzen die Vorgabe der Unternehmensbereiche, in denen sie einen hohen Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen sehen. Diese sind das Design, technische Abteilung, Lebensmitteltechnologien, Personalführung, Projektmanagement und Sozialwirtschaft (jeweils einmal genannt).

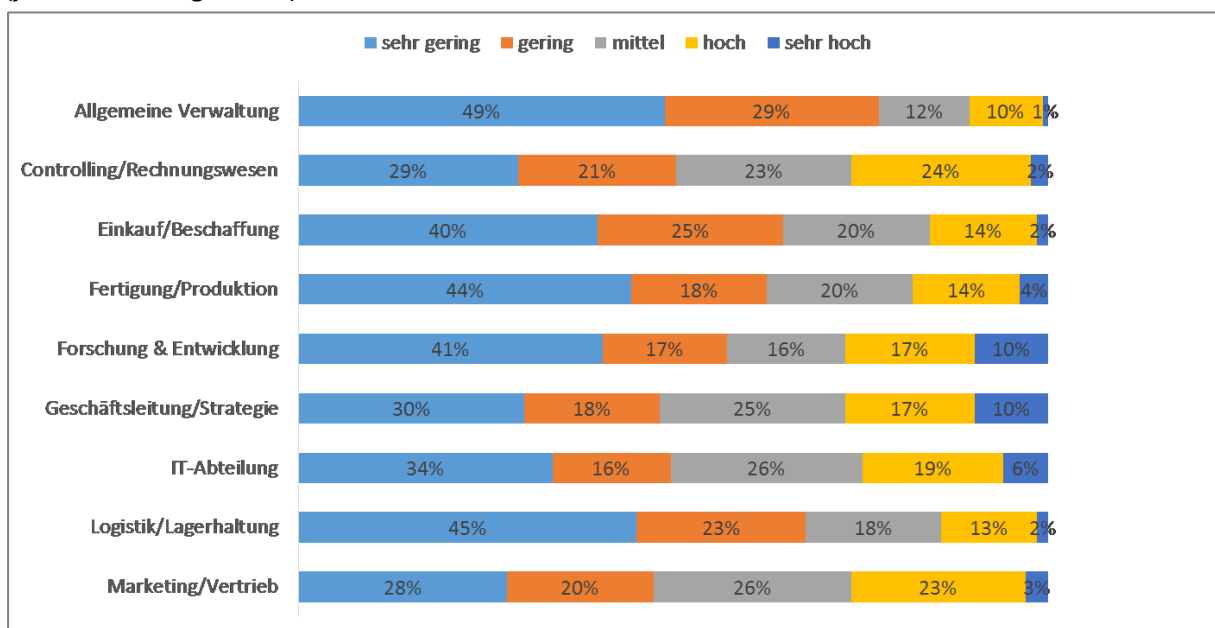


Abbildung 52: Weiterbildungsbedarf nach Unternehmensbereichen; N=133

### Weiterbildungsbedarf nach Fachrichtung

Bei dem Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen nach Fachrichtungen geben 38% der befragten Unternehmen einen hohen/sehr hohen Bedarf an Ingenieurwissenschaften an, gefolgt von Wirtschaftswissenschaften mit 29% sowie Informatik und Mathematik mit 27% der Angaben (siehe Abbildung 53). 68% der Unternehmen geben einen sehr geringen/geringen Bedarf für Medizin und Pharmazie an. Für Informatik und Mathematik sowie Naturwissenschaften geben 55 bis 59% der Unternehmen einen sehr geringen/geringen Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen an. Bei den Angaben weiterer Fachrichtungen, die Unternehmen offen machen können, geben zwei Unternehmen einen hohen/sehr hohen Bedarf an Sozialwissenschaften an. Jeweils einmal genannt werden Sozialrecht und Personalwesen.

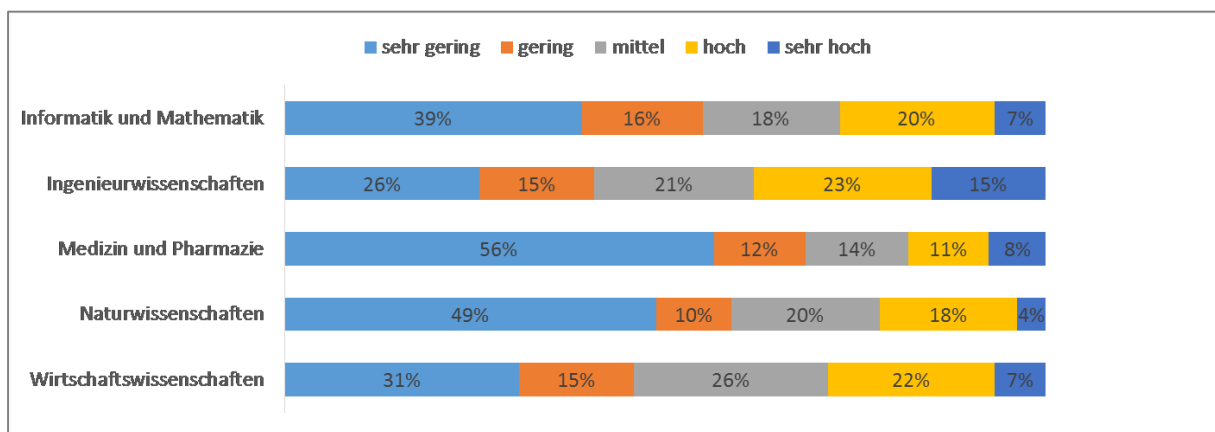


Abbildung 53: Weiterbildungsbedarf nach Fachrichtungen; N=133

#### 4.3.2.2 Strukturelle Gestaltung

##### Bedarf nach Weiterbildungsprogramm

Bei der Abfrage nach der Art des Weiterbildungsprogrammes geben 41% der befragten Unternehmen einen hohen/sehr hohen Bedarf für Weiterbildungsangebote mit Zertifikatsanschlüssen an, bei denen zertifizierte Module für einen späteren berufsbegleitenden Studiengang angerechnet werden können (Kontaktstudium). 24% der Unternehmen geben einen hohen/sehr hohen Bedarf für berufsbegleitende Bachelorstudiengänge an, 19% der Unternehmen machen diese Angabe für berufsbegleitende Masterstudiengänge. 59% der Unternehmen melden einen sehr geringen/geringen Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen an. Für einen Master of Business Administration bewerten 67% der Unternehmen den Bedarf als sehr gering/gering (vgl. Abbildung 54).

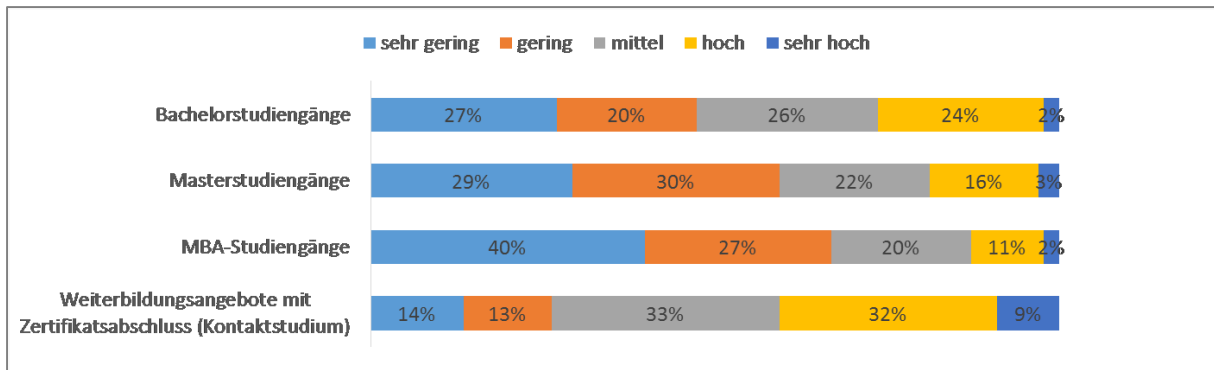


Abbildung 54: Bedarf nach Weiterbildungsprogramm; N=133

### Freistellung der Mitarbeiter

Zur strukturellen Gestaltung werden Unternehmen nach den zusätzlich zu den regulären Urlaubstagen maximal möglichen Freistellungstagen pro Jahr für einen Mitarbeiter gefragt, der beabsichtigt, ein berufsbegleitendes Studium zu belegen. 24% der Unternehmen geben an, dass es möglich ist, Mitarbeiter für mehr als 15 Tage pro Jahr zusätzlich zu regulären Urlaubstagen für Präsenzveranstaltungen freizustellen (siehe Abbildung 55). 11% der Unternehmen geben an, dass Mitarbeiter nicht freigestellt werden können. Durchschnittlich können Mitarbeiter für 10 Tage pro Jahr zusätzlich für ein berufsbegleitendes Studium freigestellt werden.

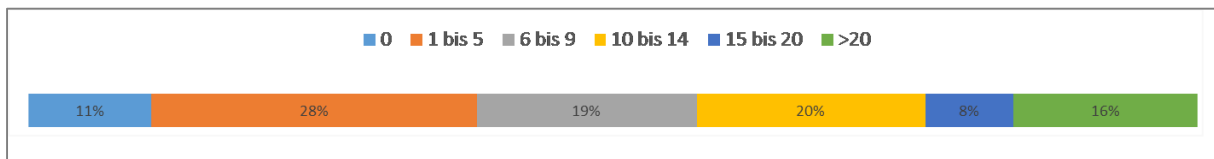


Abbildung 55: Freistellung der Mitarbeiter zusätzlich zu regulären Urlaubstagen; N=133

### 4.3.2.3 Finanzielle Gestaltung

Für die maximale finanzielle Unterstützung für einen Mitarbeiter, der ein berufsbegleitendes Studium belegen möchte, geben 79% der Unternehmen einen Betrag unter 5.000 € an (vgl. Abbildung 56). 32% der Unternehmen können Mitarbeiter für ein berufsbegleitendes Studium unter 1.000 € unterstützen. Im Durchschnitt unterstützen die befragten Unternehmen ein berufsbegleitendes Studium mit 5.190 €.

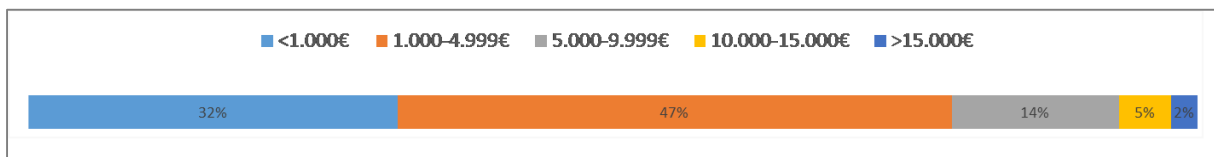


Abbildung 56: Maximale finanzielle Unterstützung pro Mitarbeiter für ein berufsbegleitendes Studium; N=133

## 5 Empfehlungen

In diesem Kapitel sind die Empfehlungen aufgeführt, die auf den zuvor aufgezeigten Ergebnissen der Weiterbildungsstudie (Marktanalyse und Bedarfsanalyse) basieren. Daneben werden bisherige Erfahrungen aus dem Mod:Master-Programm und aus Besprechungen innerhalb der SAPS berücksichtigt. Die vorliegende Kompetenz seitens der Universität Ulm und der Hochschule Ulm, hinsichtlich des bisherigen Angebots und der Möglichkeiten, weitere Studiengänge anzubieten, spielt bei der Erarbeitung von Empfehlungen ebenfalls eine Rolle. Die Abbildung 57 zeigt die Quellen der Empfehlungen auf.

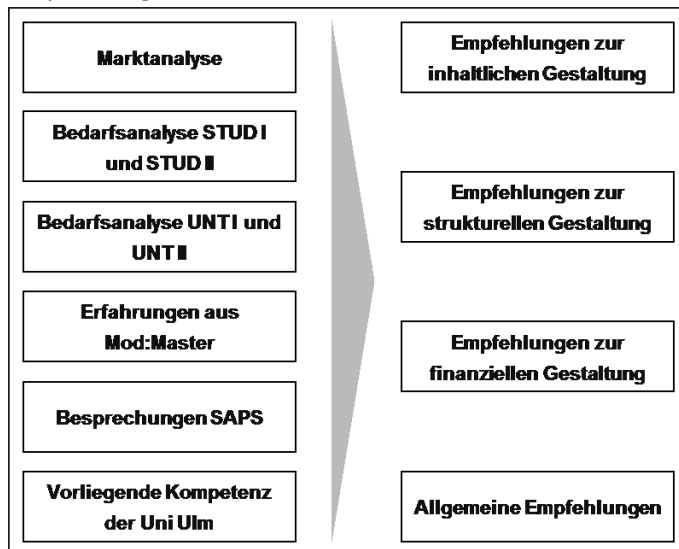


Abbildung 57: Quellen der Empfehlungen

Dabei ist explizit darauf hinzuweisen, dass es sich um Empfehlungen handelt, die je nach Zielsetzung geprüft und bei Bedarf angepasst werden müssen.

### 5.1 Empfehlungen zur inhaltlichen Gestaltung

#### Relevante Studiengänge und Abschlüsse

Weiterbildende wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge führen sowohl zu Master-, als auch zu MBA-Abschlüssen. Potentielle Studierende machen sowohl Interesse an einem wirtschaftswissenschaftlichen Studiengänge mit Master- als auch mit einem MBA-Abschluss deutlich. Seitens der Unternehmen liegt ein hoher Weiterbildungsbedarf in wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen vor.

*Empfehlung: Gestaltung eines Angebots von wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen, sowie einer Kombination beider Studiengänge (z.B. Wirtschaftsingenieurwesen), die jeweils zu einem Master- bzw. Bachelor-Abschluss führen.*

Dabei sollten zunächst der Master of Science für wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge und der Master of Engineering für ingenieurwissenschaftliche Studiengänge als Abschlüsse angeboten werden. Nach zwei Jahren sollte in einer weiteren Ausbaustufe dann ein Master of Business Administration



(Wirtschaftswissenschaften) für Berufstätige mit mindestens fünfjähriger Berufserfahrung und ein Master of Business and Engineering (Wirtschaftsingenieurwesen) als Abschluss eingeführt werden.

Das Anbieten von Bachelor-Abschlüssen liegt zwar nicht im Fokus des NOW:Master-Programms, sollte dennoch berücksichtigt werden. Dies begründet sich einerseits durch die vorhandenen Kompetenzen seitens der Universität Ulm und der Hochschule Ulm und andererseits durch die Nachfrage seitens der Unternehmen in Bezug auf eine berufsbegleitende Weiterbildung in Form eines Bachelor-Abschlusses (Universität Ulm, 2015a). Folgende Bachelor-Abschlüsse sollten dabei ab 2020 und in enger Kooperation mit Hochschulen angeboten werden: Bachelor of Science, der Bachelor of Engineering und der Bachelor of Business and Engineering. In Abbildung 58 sind die Abschlüsse von wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen im Zeitverlauf dargestellt. Dabei sind ebenfalls Synergien, die untereinander genutzt werden können, aufgezeigt. So können zum Beispiel vereinzelt Vorlesungen der wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Studiengänge genutzt werden, einen Studiengang des Wirtschaftsingenieurwesens aufzubauen.

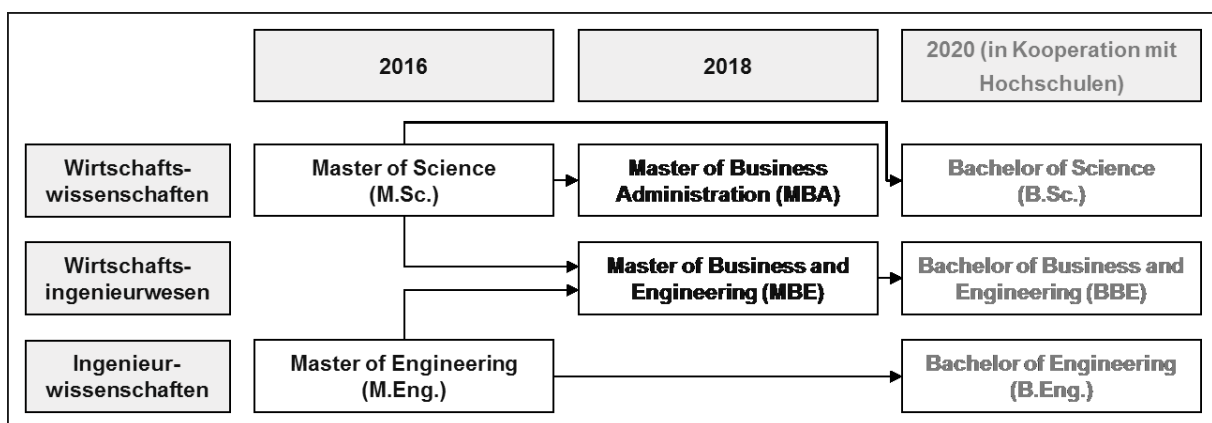


Abbildung 58: Abschlüsse von wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen

### Berücksichtigte Kompetenzarten

Aus der Bedarfsanalyse seitens der potentiellen Studierenden und der Unternehmen geht hervor, dass die generellen Kompetenzarten im Rahmen der Weiterbildung ausgebaut werden sollen. Dabei spielt die Fach- und Methodenkompetenz, aber auch die Sozialkompetenz eine zunehmende Rolle.

*Empfehlung: Fokussierung auf die Entwicklung der generellen Kompetenzarten innerhalb der inhaltlichen Ausgestaltung der Studiengänge und innerhalb des didaktischen Konzepts.*

In Bezug auf die Fachkompetenzen soll dabei neben einem Grundlagenwissen und auch spezielles Fachwissen aufgebaut werden. Daneben sind fachspezifische, theoretische Erkenntnisse relevant. Die Kompetenz im Hinblick auf wissenschaftliche Methoden wurde bedarfsseitig zwar mit einer niedrigen Relevanz bewertet, muss allerdings bei Angebot eines universitären Abschlusses dennoch berücksichtigt werden. Im Hinblick auf die Methodenkompetenz sollte das vorhandene Wissen auf neue Probleme angewandt werden. Somit ist es möglich, analytische Fähigkeiten und die Problemlösungsfähigkeit zu fördern. Ferner sollten potentielle Studierende dazu befähigt werden, Wissenslücken zu erkennen und zu schließen sowie ihr kritisches Denken zu schärfen. Innerhalb der

Sozialkompetenzen sind die Kommunikationsfähigkeit, die Führungsfähigkeit und die Konfliktfähigkeit besonders zu beachten. In Abbildung 59 sind die relevanten Kompetenzarten aufgezeigt.

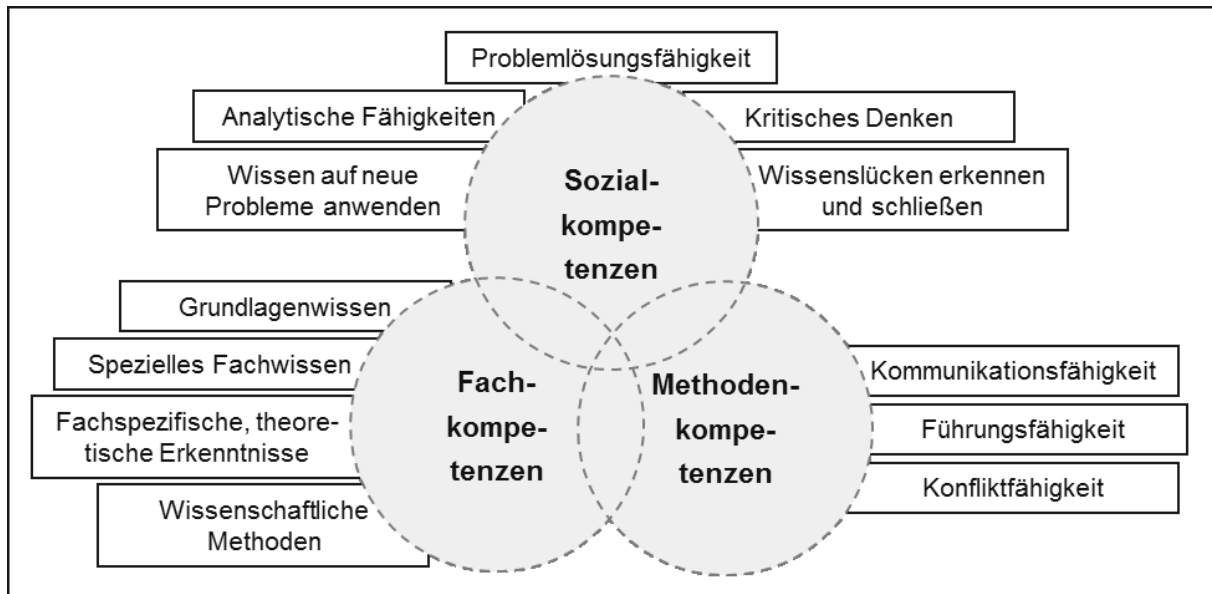


Abbildung 59: Relevante Kompetenzarten

Die Empfehlung hinsichtlich der Kompetenzen wirkt sich maßgeblich auch auf die strukturelle Ausgestaltung der Studiengänge aus (z.B. Gruppenarbeiten zur Förderung der Sozialkompetenz). Im strukturellen Teil der Empfehlungen wird gesondert darauf eingegangen.

### Gestaltung der Inhalte

Aus der Bedarfsanalyse bei den potentiellen Studierenden und bei den Unternehmen geht hervor, dass ein Praxisbezug und die Qualität der Inhalte von hoher Relevanz sind.

*Empfehlung: Fokussierung auf den Praxisbezug, die Qualität und die Aktualität der Inhalte innerhalb des didaktischen Konzepts.*

Die Inhalte des Studiengangs, wie z.B. die Themen der Lehrveranstaltungen, Seminare und Skripte, sollten sich auf die Praxis beziehen und die Masterarbeit sollte auf die Tätigkeit des Studierenden innerhalb des Unternehmens abgestimmt sein. Die Lehrmaterialien wie Skripte, Webinare oder Präsentationen, sollten eine hohe Qualität und eine inhaltliche Verknüpfung zwischen den Modulen aufweisen. Dies ermöglicht es den Studierenden, den Transfer in ihr Unternehmen herzustellen und die Inhalte somit leichter mit ihrer beruflichen Tätigkeit zu verknüpfen. Ferner sollte die inhaltliche Ausgestaltung auch aktuelle Themen, wie Industrie 4.0, Big Data und Open Innovation aufgreifen.

### Beispiel für die inhaltliche Gestaltung eines Masters of Science (M.Sc. – Wirtschaftswissenschaften)

Um die inhaltlichen Anforderungen seitens der potentiellen Studierenden und seitens der Unternehmen zu erfüllen, sollten sowohl grundlegende, als auch vertiefende und spezielle Themen

inhaltlich abgedeckt werden. Daneben soll in Form von Transferarbeiten und bei der Masterarbeit die Anwendung des Wissens zur Lösung einer konkreten Fragestellung innerhalb des Unternehmens erfolgen. In Abbildung 60 ist ein Beispiel für die inhaltliche Gestaltung eines M.Sc. dargestellt. Die Angaben zu den Leistungspunkten und zu den Mindest- bzw. Maximalbelegungen sind exemplarisch und müssen bei Bedarf angepasst werden.

Masterarbeit mit praktischem Bezug zu einem Vertiefungsmodul (30 LP)						
Spezial- module (z.B. 6 LP; aus zwei Teilmodulen á 3 LP) min. 1 und max. 3	<b>Open Innovation</b>	<b>Globali- sierung</b>	<b>Intrapreneur- ship</b>	<b>Industrie 4.0</b>	<b>Big Data</b>	...
Vertiefungs- module (z.B. 6 LP) min. 5 und max. 7 optional: Transferarbeit (2 LP)	<b>Geschäfts- modell- Entwicklung &amp; Management</b>	<b>Prozess- Entwicklung &amp; Management</b>	<b>Produkt- /Technologie- Entwicklung &amp; Management</b>	<b>Nachhaltig- keits- management</b>	<b>Business Analytics</b>	...
Basismodule (z.B. 6 LP) min. 3 und max. 5	<b>Einführung in die Wirtschafts- wissen- schaften</b>	<b>Szenarioent- wicklung &amp; Strategie</b>	<b>Finanzen &amp; Controlling</b>	<b>Marketing &amp; Vertrieb</b>	<b>Personal &amp; Organisation</b>	...

Abbildung 60: Beispiel für die inhaltliche Gestaltung eines M.Sc.

Die Basismodule sind mit sechs Leistungspunkten bewertet und decken grundlegende Themen ab. Sie dienen entweder zur Auffrischung von bestehendem Wissen, oder zum Aufbau von neuem Wissen. Studierende müssen mindestens drei und dürfen maximal fünf Basismodule belegen. Die Basismodule können als Zertifikat auch einzeln belegt werden. Ferner können Basismodule auch Inhouse-Schulungen durchgeführt werden.

Die Vertiefungsmodule werden ebenfalls mit sechs Leistungspunkten bewertet und decken Themen ab, die besondere Interessen von Studierenden und Anforderungen von Unternehmen erfüllen. Studierende haben die Möglichkeit, zusätzlich eine Transferarbeit zu verfassen, die Fragestellungen des Unternehmens, im Hinblick auf das Vertiefungsmodul, behandelt. Studierende müssen mindestens fünf und dürfen maximal sieben Vertiefungsmodule belegen. Die Vertiefungsmodule können ebenfalls als Zertifikatskurs auch einzeln belegt werden. Ferner können Vertiefungsmodule ebenfalls als Inhouse-Schulungen durchgeführt werden.

Neben den Basis- und Vertiefungsmodulen sollen Spezialmodule angeboten werden, die mit sechs Leistungspunkten bewertet werden und sich jeweils aus zwei Teilmodulen, wie zum Beispiel Industrie 4.0, Big Data und Open Innovation, zusammensetzen. Die Teilmodule werden alle zwei bis drei Jahre von der SAPS überprüft und bei Bedarf angepasst, beziehungsweise ersetzt. Somit ist es möglich, auf spezielle und aktuelle Anforderungen seitens der Unternehmen einzugehen. Studierende müssen mindestens ein und dürfen maximal drei Spezialmodule belegen. Analog zu den Basis- und Vertiefungsmodulen können die Teilmodule ebenfalls als Zertifikatskurs belegt und als Inhouse-Schulungen angeboten werden.

Die Masterarbeit wird mit 30 Leistungspunkten bewertet und soll mit einem praktischen Bezug zu einem Vertiefungsmodul verfasst werden. Somit wird sichergestellt, dass aktuelle Themen innerhalb eines Unternehmens vertieft behandelt und umgesetzt werden können.

Ein Studierender kann somit zum Beispiel folgende Zusammensetzung wählen, um die 90 Leistungspunkte zu erlangen, die für seinen Abschluss notwendig sind:

- Drei Basismodule: 18 Leistungspunkte (3x6 Leistungspunkte)
- Zwei Vertiefungsmodule ohne Transferarbeit: 12 Leistungspunkte (2x6 Leistungspunkte)
- Drei Vertiefungsmodule mit Transferarbeit: 24 Leistungspunkte (3x8 Leistungspunkte)
- Ein Spezialmodul: 6 Leistungspunkte (je 3 Leistungspunkte aus zwei Teilmodulen)
- Masterarbeit: 30 Leistungspunkte.

## 5.2 Empfehlungen zur strukturellen Gestaltung

### Leistungspunkte und Dauer des Studiums

Aus der Marktanalyse geht hervor, dass die wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Masterstudiengänge meist mit 90 Leistungspunkten abschließen und eine Dauer von 24 Monaten haben. Die Anzahl der Leistungspunkte für die analysierten wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiengänge beträgt 180 Leistungspunkte bei einer durchschnittlichen Dauer von 45 Monaten. Bei der Analyse der ingenieurwissenschaftlichen Bachelorstudiengänge liegen die Leistungspunkte häufig bei 210 und die Dauer meist bei 48 Monaten.

*Empfehlung: Gestaltung der Masterstudiengänge (M.Sc., M.Eng., MBA, MBE) mit 90 Leistungspunkten und einer empfohlenen Dauer von 24 Monaten; Gestaltung der Bachelorstudiengänge (B.Sc., B.Eng., BBE) mit 180 Leistungspunkten und einer empfohlenen Dauer von 48 Monaten.*

Die sich ergebende Workload aus den Leistungspunkten wird mittels Präsenzphasen und Selbststudienphasen (Online-Inhalte, Transferarbeit, Masterarbeit) abgedeckt. Darauf wird im weiteren Verlauf gesondert eingegangen. Die angegebene Dauer ist eine Empfehlung und kann jeweils nach individuellem Bedarf verlängert werden. Somit wird eine höhere Flexibilität für die Studierenden sichergestellt, die aufgrund von privaten oder beruflichen Anforderungen notwendig sein kann. Die Empfehlung zu den Leistungspunkten und der Dauer ist in Abbildung 61 dargestellt.

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Master of Science (M.Sc.)</b></li> <li>▪ <b>Master of Engineering (M.Eng.)</b></li> <li>▪ <b>Master of Business Administration (MBA)</b></li> <li>▪ <b>Master of Business and Engineering (MBE)</b></li> </ul>	<p><b>LP: 90</b></p> <p><b>Dauer: 24-36</b> <b>Monate</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Bachelor of Science (B.Sc.)</b></li> <li>▪ <b>Bachelor of Engineering (B.Eng.)</b></li> <li>▪ <b>Bachelor of Business and Engineering (BBE)</b></li> </ul>	<p><b>LP: 180</b></p> <p><b>Dauer: 48-60</b> <b>Monate</b></p>

Abbildung 61: Leistungspunkte und Dauer der Abschlüsse

### Präsenztage

Aus der Marktanalyse geht hervor, dass die Anzahl der Präsenztage für die wirtschaftswissenschaftlichen und ingenieurwissenschaftlichen Studiengänge bei durchschnittlich 70 liegt. Bei den wirtschaftswissenschaftlichen Bachelorstudiengängen entspricht die Anzahl der Präsenztage durchschnittlich 150 und bei den ingenieurwissenschaftlichen Studiengängen rund 185. Seitens der Studierenden besteht die Bereitschaft, für ein weiterbildendes Studium Urlaubstage einzubringen; seitens der Unternehmen besteht demgegenüber der Wille, Arbeitnehmer für ein weiterbildendes Studium freizustellen. Bezüglich der zu präferierenden Wochentage liegen keine konkreten Aussagen seitens der analysierten Studiengänge vor. Seitens der Studierenden liegt die Präferenz eindeutig bei ganztägigen Veranstaltungen, die zum Teil am Wochenende stattfinden sollen.

*Empfehlung: Gestaltung der Masterstudiengänge (M.Sc., M.Eng., MBA, MBE) mit 50-60 Präsenztagen und Gestaltung der Bachelorstudiengänge (B.Sc., B.Eng., BBE) mit 100-120 Präsenztagen. Dies entspricht ca. zwei Präsenztagen pro Monat, die in der Regel ganztägig freitags und samstags stattfinden sollten. Für die Präsenzphasen der Veranstaltungen ist ein entsprechender Turnus (z.B. jedes erste Wochenende im Monat) festzulegen.*

Mit der empfohlenen Anzahl von Präsenztagen können die jeweiligen Leistungspunkte nicht erreicht werden, was einen höheren Anteil an Selbststudienphasen erfordert. Die Festlegung auf Freitag und Samstag kommt sowohl der Bereitschaft der Studierenden und der Unternehmen zu Gute, Urlaub für das weiterbildende Studium bereit zu stellen. Der festgelegte Turnus ermöglicht es den Studierenden, langfristig zu planen und sich somit auf das Studium einzustellen. Ferner sollte keine Orientierung an der üblicherweise vorlesungsfreien Zeit der Universität bzw. Hochschule erfolgen, um eine höhere Flexibilität sicherzustellen.

### Verteilung der Workload

Da die empfohlene Anzahl der Leistungspunkte für die Masterstudiengänge 90 beträgt und die Masterarbeit mit 30 Leistungspunkte bewertet wird, sind 60 Leistungspunkte in Form von Präsenzphasen und Selbststudium zu leisten. Je Leistungspunkte sind 30 akademischen Einheiten (AE=45 Minuten) vorgesehen, was eine gesamte Workload von 1.800 AE entspricht. Pro Präsenztage

können acht bis maximal zehn AE absolviert werden. Bei 50 Präsenztage können somit mindesten 400 AE beziehungsweise maximal 500 AE in Form von Präsenz geleistet werden. Bei 60 Präsenztage können zwischen 480 AE und 600 AE geleistet werden. Die übrigen zu leistenden AE sind in Form von Selbststudienphasen zu leisten, was einem Anteil zwischen 67 und 78 % entspricht. In Tabelle 11 sind die jeweiligen Anteile der Master- und Bachelorstudiengänge dargestellt.

*Empfehlung: Verteilung der Workload primär auf Selbststudienphasen und ideale Ausgestaltung der Selbststudienphasen (z.B. Online-Inhalte, Transferarbeiten), um das weiterbildende Studium für Berufstätige attraktiv zu gestalten.*

Die Tabelle 11 zeigt die Leistungspunkte (ohne Abschlussarbeit), die Workload, die Präsenztage und die Verteilung der Workload mit unterschiedlichen Optionen auf.

**Tabelle 11: Optionen zur Verteilung der Workload**

<b>Abschluss</b>	<b>Leistungs- punkte ohne Abschluss- arbeit</b>	<b>Workload gesamt</b>	<b>Präsenztage</b>	<b>Workload durch Präsenz (8 AE/10AE)</b>	<b>Workload durch Selbststudium</b>
M.Sc., M.Eng., MBA, MBE	60	1.800 AE	50 Tage 60 Tage	400/500 AE 480/600 AE	1.400/1300 AE 1.320/1.200 AE
B.Sc., B.Eng., BBE	160	4.800 AE	100 Tage 120 Tage	800/1.000 AE 960/1.200 AE	4.000/3.800 AE 3.840/3.600 AE

Obwohl seitens der potenziellen Studierenden eine Präsenz von durchschnittlich 62% gewünscht ist, geben diese an, dass Hinderungsgründe für ein berufsbegleitendes Studium die zeitliche Belastung und schwere Vereinbarkeit von Beruf, Familie und Studium ist. Da zur Absolvierung der Präsenzphasen zusätzlich oftmals eine An- und Abreisezeit notwendig ist, ist die Anzahl der empfohlenen Präsenztage zu berücksichtigen.

### **Didaktisches Konzept**

Neben den oben genannten Empfehlungen, wie zum Beispiel der hohe Anteil der Selbststudienphasen, dienen weitere Empfehlungen zur Gestaltung des didaktischen Konzepts. Dazu gehören die Orientierung an Erkenntnissen aus der Lernpsychologie und die Motivation der Studierenden.

Die Erkenntnisse aus der Lernpsychologie zeigen, dass eine hohe Integration von Studierenden den Lernerfolg fördert. Hierbei ist die Wahl des Eingangskanals von Informationen entscheidend. Als Eingangskanal kommen folgende Sinne in Frage: Sehen, Hören, Riechen, Schmecken, Tasten. Die Wirksamkeit der unterschiedlichen Eingangskanäle wirkt sich dabei auf den Lernerfolg aus. Wird ein Input innerhalb einer Vorlesung gegeben, so weisen Studierende nach vier Wochen folgenden Lernerfolg auf (Witzenbacher, 1984 und Bingel, 2012):

- 10% kann von einer gelesenen Information wiedergegeben werden.
- 20% kann von einer gehörten Information wiedergegeben werden.

- 30% kann von einer gesehenen Information wiedergegeben werden.
- 50% kann von einer gehörten und gesehenen Information wiedergegeben werden.
- 70% kann von einer selbst gesagten Information wiedergegeben werden.
- 90% kann von einer angewandten Information wiedergegeben werden.

Neben der Wirksamkeit von Eingangskanälen spielt die Motivation von Studierenden eine wichtige Rolle (Universität Ulm 2010; siehe auch: Werth und Sedlbauer, 2011). Folgende Aspekte sind hierbei zu berücksichtigen:

- **Mitgestaltung:** Sofern den Studierenden die Möglichkeit gegeben wird, über die Inhalte eines Studiums und einer Vorlesung mitentscheiden zu dürfen, steigert dies die Motivation. Im Rahmen der beschriebenen Module (Basis, Vertiefung, Spezial) haben die Studierenden die Möglichkeit, aus unterschiedlichen Themen die für sie relevanten Module auszuwählen. Ferner soll zu Beginn einer Vorlesung die Erwartungshaltung seitens der Studierenden abgefragt werden, um ebenfalls die Möglichkeit einer Mitgestaltung zu eröffnen.
- **Gruppenarbeit:** Die Motivation seitens der Studierenden kann über Gruppenarbeit und den gemeinsamen Austausch ermöglicht werden. Innerhalb der Vorlesungen finden mehrere Teamarbeiten statt, die zum Ziel haben, das theoretisch erlernte Wissen anzuwenden.
- **Kompetenz erleben:** Die Ergebnisse aus den Teamarbeiten sollten im Anschluss an deren Erstellung präsentiert und diskutiert werden. Somit haben Studierende die Möglichkeit, ihre eigene Kompetenz zu erleben und von den Ergebnissen anderer zu profitieren.

Ein Konzept, das die Empfehlungen hinsichtlich des didaktischen Konzepts umsetzt, ist Action Learning. Action Learning bedeutet handlungsorientiertes Lernen und die Verknüpfung von Theorie und Praxis. Somit wird ein nachhaltiger Lernerfolg sichergestellt, da das erlernte Wissen direkt angewandt und umgesetzt wird (siehe dazu: Hauser, 2012).

*Empfehlung: Ausrichtung des didaktischen Konzepts an den Prinzipien des Action Learnings.*

Um das didaktische Konzept mittels Action Learning umzusetzen, werden die theoretischen Grundlagen eines Moduls behandelt und um Fallbeispiele ergänzt. Die Vermittlung der Inhalte erfolgt über die Vorlesung an den Präsenztagen und über das Selbststudium. Hilfsmittel sind die Vorlesungspräsentation, ein ausführliches Vorlesungsskript, Webinare und Übungsaufgaben zur Vertiefung des theoretischen Wissens. Die Anwendung des Wissens erfolgt auf zweierlei Hinsicht. Zum einen werden an den Präsenztagen durch die Studierenden Fallstudien, in Form von Gruppenarbeiten gelöst. Die Ergebnisse werden in der darauf folgenden Präsenzphase präsentiert und diskutiert. Zum anderen erfolgt die Anwendung des Wissens innerhalb der bereits angesprochenen Transferarbeit in den jeweiligen Unternehmen. Hierbei unterstützen Einzelgespräche mit Dozenten und passende Aufgaben. In Abbildung 62 sind die einzelnen Elemente des didaktischen Konzepts aufgezeigt.

	Theorie	Beispiel	Anwendung I	Anwendung II
Erläuterung	Theoretische Grundlagen innerhalb der Module	Fallbeispiele zu den theoretischen Grundlagen	Erarbeitung von Fallstudien	Transferarbeit in Unternehmen
Vermittlung	Vorlesung an Präsenztagen und Selbststudium		Gruppenarbeiten und Ergebnispräsentationen	Einzelgespräche mit Dozent
Hilfsmittel	Vorlesungspräsentation, Vorlesungsskript, Webinar, Übungsaufgaben		Fallstudie mit Aufgaben	Aufgaben

Abbildung 62: Didaktisches Konzept

### Prüfungsleistung und Betreuung durch Dozierende

Die zu erbringende Prüfungsleistung sollte sich zudem aus den Ergebnispräsentationen der Gruppenarbeiten und einer Klausur zusammensetzen. Die Klausur sollte dabei nicht die Wiedergabe von Wissen, sondern dessen Anwendung beinhalten. Aus diesem Grund bietet es sich an, neben Thesen, mit denen sich die Studierenden kritisch auseinandersetzen müssen, auch eine Fallstudie zu integrieren. Die Anwendung des Wissens innerhalb der Vorlesungen in Form von Fallstudien dient dabei als ideale Vorbereitung auf die Klausur. Ferner sollten die Klausuren als Open Book Klausuren konzipiert sein, bei denen Studierenden Vorlesungsskripte und Aufschriebe verwenden dürfen.

*Empfehlung: Kombination der Prüfungsleistung aus Ergebnispräsentation und Open Book Klausur.*

Die Dozierenden sollten vor, während und nach den Präsenzphasen den Studierenden zur Verfügung stehen. Dies ist insbesondere bei der Erarbeitung von Fallstudien, der Transferarbeit und der Vorbereitung auf die Klausur relevant.

*Empfehlung: Dozierende sollen als kompetenter Ansprechpartner in fachlichen Fragen zur Verfügung stehen.*

### 5.3 Empfehlungen zur finanziellen Gestaltung

Die durchschnittlichen Kosten bestehender Programme liegen bei 16.600 € und potentielle Studierende sind durchschnittlich bereit, 13.800 € zu bezahlen. Rund 50% der Studierenden sind bereit, die Kosten selbst zu tragen. Daneben ist der Großteil der Unternehmen bereit, Mitarbeiter finanziell zu unterstützen. Die Kosten für die MBA-Studiengänge liegen teilweise höher als die Kosten für Master-Studiengänge. Die Festlegung der Kosten sollte je Leistungspunkt erfolgen, um eine Transparenz, insbesondere für Module, die als Zertifikatskurs angeboten werden, sicherzustellen.



*Empfehlung: Die Kosten für die berufsbegleitende Weiterbildung sollten wettbewerbsfähig und transparent sein.*

Tabelle 12 zeigt je Abschluss die Kosten je Leistungspunkt und die Gesamtkosten auf. Dabei liegt eine Differenzierung der Kosten je Leistungspunkt für Masterabschlüsse, den MBA-Abschluss und die Bachelorabschlüsse vor.

**Tabelle 12: Optionen zur Festlegung der Kosten**

<b>Abschluss</b>	<b>Kosten je Leistungspunkt</b>	<b>Leistungspunkte</b>	<b>Gesamtkosten</b>
M.Sc., M.Eng., MBE	160	90	14.400 €
MBA	180	90	16.200 €
B.Sc., B.Eng., BBE	80	180	14.400 €

Die aufgezeigten Kosten orientieren sich dabei an den bestehenden Angeboten, an der Zahlungsbereitschaft seitens der Studierenden und an der finanziellen Unterstützung seitens der Unternehmen.

## **5.4 Allgemeine Empfehlungen**

### **Adressaten**

Adressaten für die berufsbegleitende Weiterbildung der SAPS sind Berufstätige, die primär in Unternehmen der Region Ulm im Umkreis von 100 km beschäftigt sind (Universität Ulm, 2015a). Dies begründet sich dadurch, dass z.B. in Stuttgart und München ebenfalls berufsbegleitende Weiterbildungsangebote vorliegen und seitens der potenziellen Studierenden ein hoher Aufwand als Hinderungsgrund für die berufsbegleitende Weiterbildung darstellt.

Im Rahmen der werblichen Aktivitäten sollten sowohl Unternehmen, als auch potentielle Studierende angesprochen werden. Um Unternehmen direkt zu kontaktieren, sollten dabei bestehenden Kontakte (z.B. zur IHK, HWK) genutzt werden; um potentielle Studierende zu erreichen sollten zum Beispiel Alumni-Newsletter genutzt werden (Universität Ulm, 2015b).

*Empfehlung: Ansprache von Berufstätigen und Unternehmen der Region Ulm im Umkreis von 100 km und Nutzung bestehender Kontakte zur direkten Ansprache im Rahmen werblicher Aktivitäten.*

### **Kommunikation**

Um die Weiterbildungsprogramme der Universität Ulm passend zu bewerben, sollten für einzelne Studiengänge „Satellitenwebseiten“ (landing page) geschaltet werden, die schnelle Ladezeiten und eine zielgruppengerechte Ansprache ermöglichen. Ferner sollten in passenden Printmedien Werbeanzeigen geschaltet, Vorträge zu aktuellen Themen gehalten und neue Medien eingesetzt

werden, um potenzielle Studierende zu erreichen; dazu gehören z.B. facebook und YouTube (Universität Ulm, 2015b).

*Empfehlung: Erarbeitung eines integrativen Kommunikationskonzepts (Zeit-, Maßnahmen und Kostenplan), um die Weiterbildungsangebote der Universität Ulm bei potenziellen Studierenden und Unternehmen der Region zu bewerben.*

Die Inhalte der Kommunikation sollten Unternehmen und potenzielle Studierende zielgerichtet ansprechen und die jeweiligen Präferenzen berücksichtigen. Für Unternehmen ist dabei die Qualifikation zu aktuellen Themen relevanter, als der eigentliche Abschluss. Dies kann über die Belegung einzelner Module, oder über die Buchung von Inhouse-Schulungen erfolgen. Für potenzielle Studierende hingegen sind der Abschluss und eine Akkreditierung relevanter, da sie sich dadurch höhere Karrierechancen und die persönliche Weiterentwicklung versprechen.

*Empfehlung: Zielgruppengerechte Ansprache von potentiellen Studierenden und Unternehmen, anhand der Orientierung an den jeweiligen Präferenzen.*

## **Kooperationen**

Wie bereits unter dem Punkt „Adressaten“ erwähnt, sollten bestehende Kontakte genutzt werden, um Unternehmen und potentielle Studierende zu erreichen. Ferner sollte mit anderen Hochschulen kooperiert werden, um entweder gemeinsame Studiengänge anzubieten und/oder spezielle Themen mittels externer Dozenten abzudecken. Sowohl andere Hochschulen, als auch externe Dozierende können dabei als Multiplikatoren dienen, um das Weiterbildungsprogramm der Universität Ulm bekannt zu machen.

*Empfehlung: Prüfung, welche Hochschulen für gemeinsame Studiengänge und welche externen Dozierenden für spezielle Themen in Frage kommen und deren Ansprache bezüglich einer Kooperation.*

## 6 Fazit

Die Zielsetzung der vorliegenden Studie war die Gewinnung von Erkenntnissen zur Ausgestaltung des NOW:Master-Programms an der Universität Ulm. Hierfür wurden folgende drei Bereiche analysiert: Marktanalyse, Bedarfsanalyse potentieller Studierender und Bedarfsanalyse Unternehmen.

Innerhalb der Marktanalyse wurden die Weiterbildungsangebote von insgesamt 39 Universitäten und Hochschulen erhoben und anhand einheitlicher Kriterien analysiert. Insgesamt wurden 85 berufsbegleitende Masterstudiengänge und 17 berufsbegleitende Bachelorstudiengänge analysiert.

Im Rahmen der Bedarfsanalyse bei potentiellen Studierenden wurde ein Online-Fragebogen entwickelt, der mit sechs Probanden getestet wurde. Anschließend wurde bei 170 potentiellen Studierenden der Bedarf online erhoben, von denen 79 den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben.

Im Rahmen der Bedarfsanalyse seitens der Unternehmen in der Region Ulm wurden insgesamt 15 Interviews durchgeführt. Daneben haben 345 Unternehmen an der Online-Befragung teilgenommen, von denen 130 den Fragebogen vollständig ausgefüllt haben.

Die drei Bereiche der Studie dienten der Erarbeitung von Empfehlungen. Dabei wurden ebenso bisherige Erfahrungen mit dem Mod:Master-Programm, Besprechungen im Rahmen der SAPS und die vorliegende Kompetenz seitens der Uni Ulm berücksichtigt. Die erarbeiteten Empfehlungen unterteilen sich in inhaltliche, strukturelle, finanzielle und allgemeine Empfehlungen auf.

Da sich die externen und internen Gegebenheiten im Zeitverlauf verändern können, sind die Empfehlungen innerhalb der Ausarbeitung der Studiengänge zu prüfen und bei Bedarf anzupassen. Dies kann zum Beispiel über die Integration von Unternehmen und potenziellen Studierenden in die detaillierte inhaltliche, strukturelle und finanzielle Ausgestaltung von Studiengängen erfolgen. Somit wird die Wettbewerbsfähigkeit der Universität hinsichtlich der berufsbegleitenden Weiterbildung nachhaltig sichergestellt.

## 7 Literaturverzeichnis

- 23karat GmbH. (2015). *Entfernungsrechner*. Von <http://www.luftlinie.org/> am 30.03.2015 abgerufen
- Bingel, C. (2012). *Visualisieren, 2. Auflage*. Haufe-Lexware Verlag, Freiburg, 2012.
- BMBF. (2015). *Bundesministerium für Bildung und Forschung*. Von <http://www.bmbf.de/de/lebenslangeslernen.php> am 30.03.2015 abgerufen
- Bortz, J., & Döring, N. (2006). *Forschungsmethoden und Evaluation für Human und Sozialwissenschaftler*. Springer Medizin Verlag, Heidelberg, 2006.
- Bureau van Dijk. (2015). Von <https://dafneneo.bvdep.com/> am 30.03.2015 abgerufen
- Gläser, J., & Laudel, G. (2009). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse, 3., überarbeitete Auflage*. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 2009.
- Hauser, B. (2012). *Action Learning: Workbook mit Praxistipps, Anleitungen und Hintergrundwissen für Trainer, Berater und Facilitators*. managerSeminare Verlags GmbH, Bonn, 2012.
- Koepernik, C., Lorz, F., & Vollstädt, S. (2014). *Lebenslanges Lernen an der Hochschule - Bedarfsanalyse-Studie der Westsächsischen Hochschule Zwickau*. Westsächsische Hochschule Zwickau, 2014.
- Kuper, J. (2011). *Weiterbildung 2011 - Ergebnisse einer IHK-Online-Unternehmensbefragung*. Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. Berlin, Brüssel, 2011.
- Kuwan, H., Bilger, F., Gnahn, D., & Seidel, S. (2006). *Berichtssystem Weiterbildung IX - Integrierter Gesamtbericht zur Weiterbildungssituation in Deutschland*. Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) Bonn, Berlin, 2006.
- MWK. (2015). *Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst Baden-Württemberg - Studieninformation Baden-Württemberg*. Von <https://www.studieninfo-bw.de/> am 30.03.2015 abgerufen
- QuestBack. (2014). *Enterprise Feedback Suite - EFS Survey, Version: 10.3/1.0*. QuestBack Köln, 2014.
- SAPS. (2015). *School of Advanced Professional Studies*. Von <http://www.uni-ulm.de/einrichtungen/saps.html> am 27.03.2015 abgerufen
- Schaeper, H., & Briedis, K. (2013). *Kompetenzen von Hochschulabsolventinnen und Hochschulabsolventen, berufliche Anforderungen und Folgerungen für die Hochschulreform*. Hochschul-Informationssystem GmbH Hannover, 2013.
- Schick, M., & Oetker, A. (2013). *Leitfaden für Unternehmen - Wissenschaftliche Weiterbildung als Baustein der Personalentwicklung nutzen*. Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände Berlin, Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft Essen, 2013.
- Seyda, S. (2012). *Fachkräfte sichern - Weiterbildung in kleinen und mittelgroßen Unternehmen (KMU)*. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) Berlin, 2012.

- Statistisches Bundesamt. (2008). *Klassifikation der Wirtschaftszweige*. Wiesbaden, 2008.
- StMWFK. (2015). *Bayrisches Staatsministerium für Bildung und Kultus, Wissenschaft und Kunst*. Von <http://www.km.bayern.de/> am 30.03.2015 abgerufen
- TNS Infratest Sozialforschung. (2013). *Weiterbildung in Baden-Württemberg 2012 - Länderzusatzstudie zum AES 2012*. TNS Infratest Sozialforschung, München, 2013.
- Universität Ulm. (2015a). Workshop mit dem Thema: „Weiterbildung an der Universität Ulm: Quo vadis?“ vom 11.02.2015, Ulm.
- Universität Ulm . (2015b). Workshop mit dem Thema: „Entwicklung eines Marketingkonzepts für die SAPS“ vom 27.02.2015, Ulm.
- Universität Ulm. (2010). Workshop des Hochschuldidaktikzentrums Ulm mit dem Thema: „Studierende motivieren“ vom 24.11.2010, Ulm.
- Werth, L., & Sedlbauer, K. (2011). *In Forschung und Lehre professionell agieren, Auflage: 2. Unveränd.* Deutscher Hochschulverband, Bonn, 2011.
- Witzenbacher, K. (1984). *Behaltenswert beim Menschen* . American Audiovisuell Society, München, 1984.

## 8 Anhang

### 8.1 Masterstudiengänge aus der Informatik/Mathematik

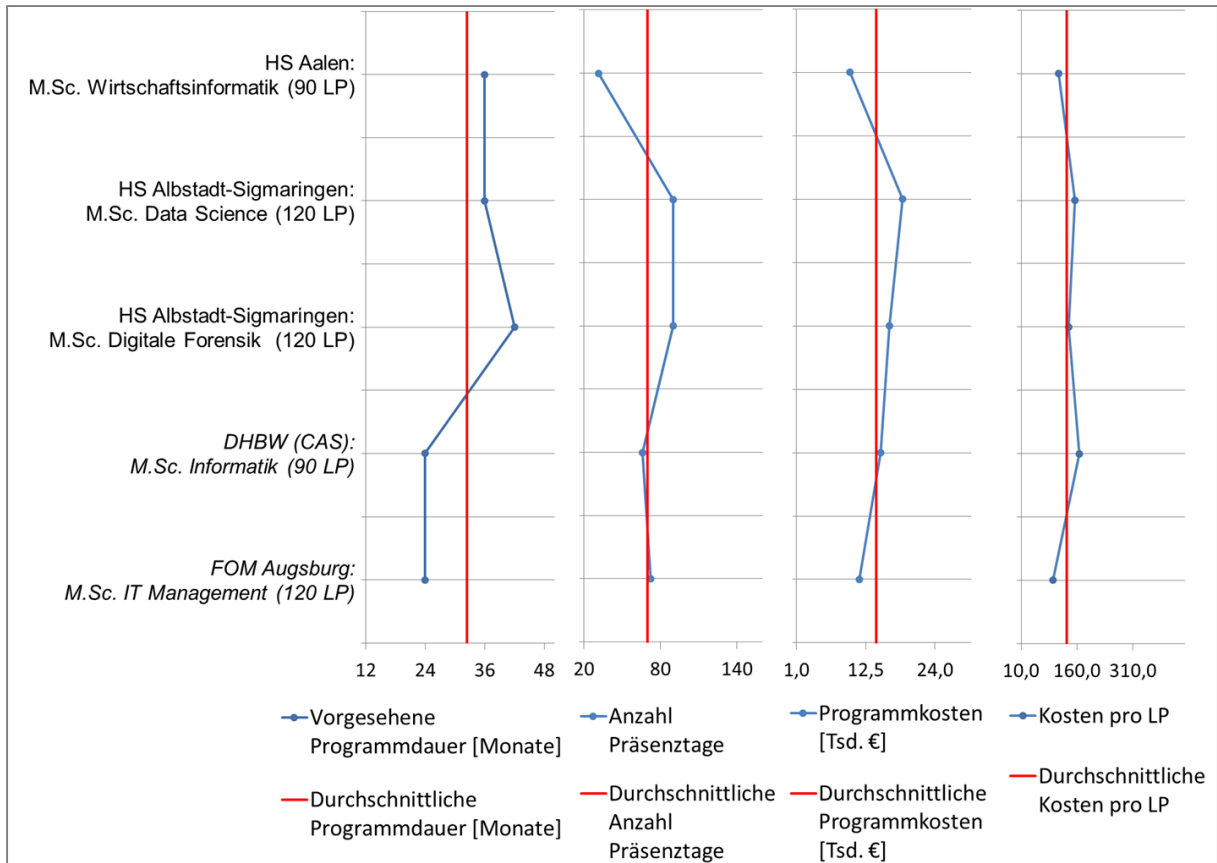


Abbildung A 1: Masterstudiengänge aus der Informatik und Mathematik (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 90 LP (ECTS) in normal); N=5

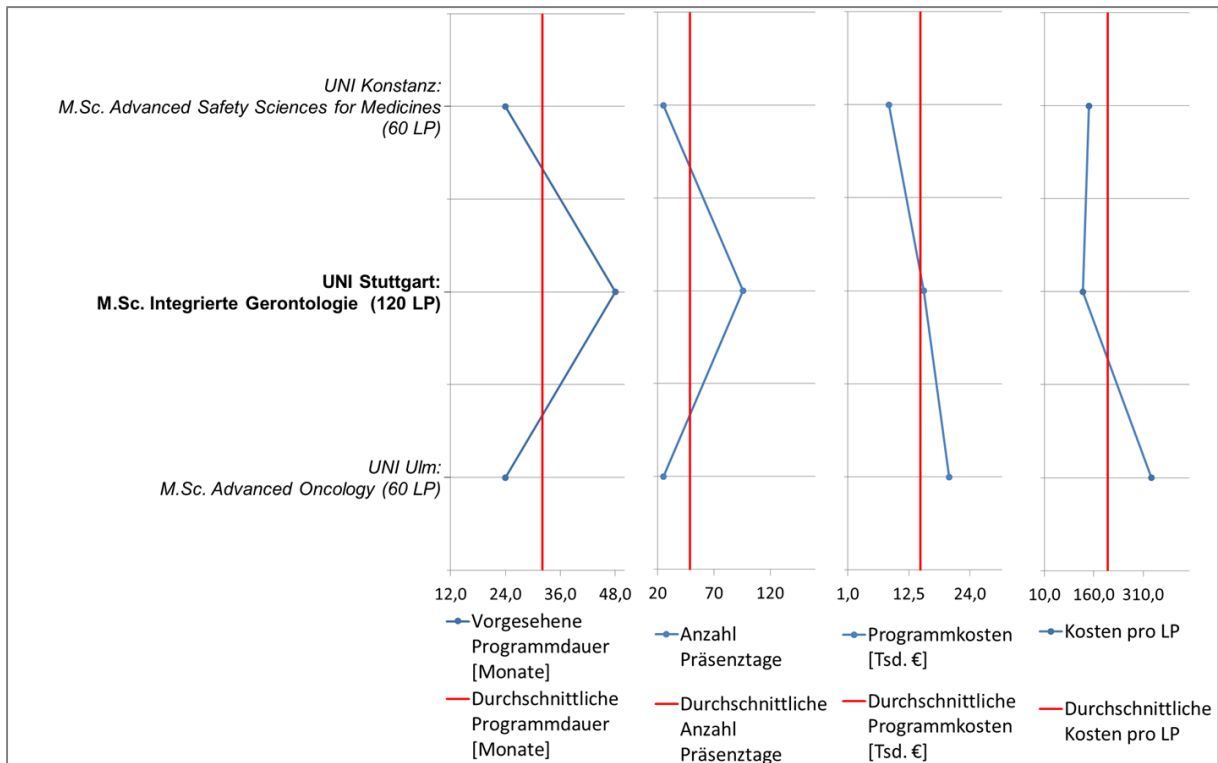


Abbildung A 2: Masterstudiengänge aus der Medizin und Pharmazie (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 60 LP (ECTS) in kursiv); N=3

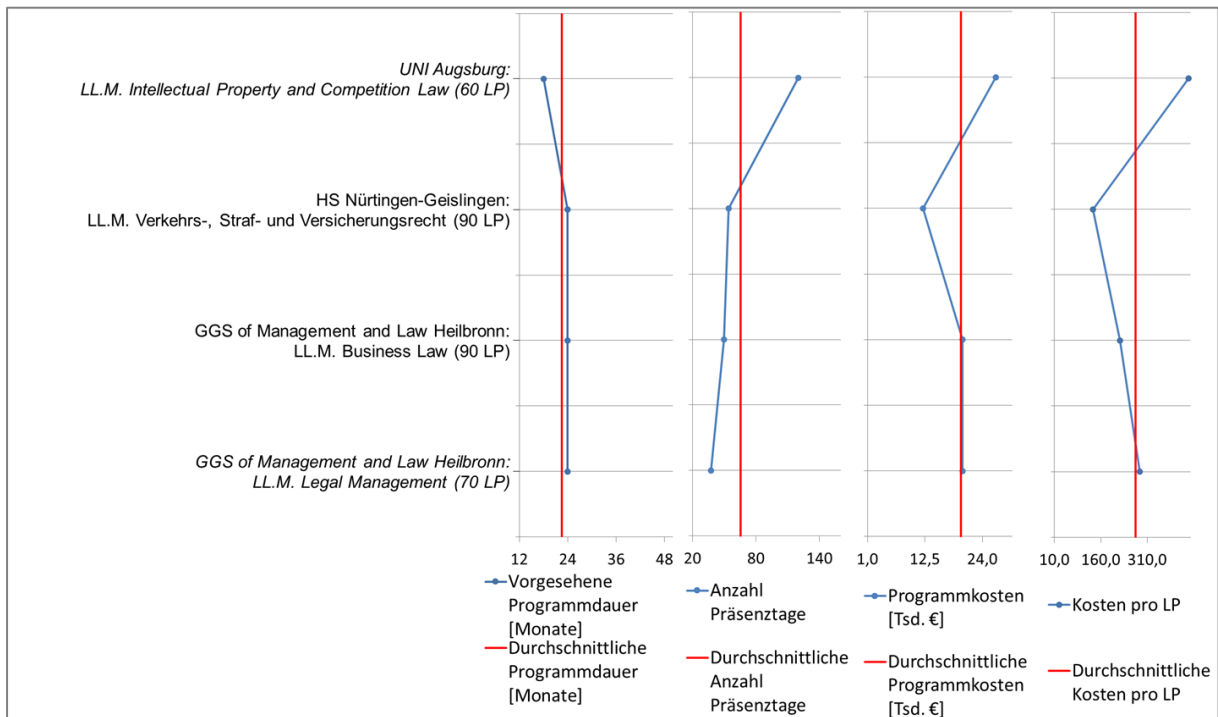


Abbildung A 3: Masterstudiengänge aus den Rechtswissenschaften (Studiengänge mit 120 LP (ECTS) in fett, mit 60 LP (ECTS) in kursiv); N=4

## 8.2 Interviewleitfaden für potentielle Studierende

### 1. Generelle Informationen

1.1. Geburtsjahr:	
1.2. Geschlecht:	
1.3. Aktueller Wohnsitz:	
1.4. Was ist Ihr höchster Hochschulabschluss (B.Sc., MBA,...)?	
1.4.1. Hochschule	
1.4.2. Studiengang	
1.4.3. Studienschwerpunkt	
1.5. Wie viele Jahre Berufserfahrung haben Sie?	
1.6. In welchem Unternehmen sind Sie beschäftigt:	
1.6.1. Name des Unternehmens:	
1.6.2. Standort des Unternehmens:	
1.6.3. Sitz des Unternehmens:	
1.7. In welcher Branche ist das Unternehmen tätig?	
1.8. In welchen Regionen ist das Unternehmen aktiv (international, national, regional)?	
1.9. Wie hoch war der Umsatz des Unternehmens jeweils in den letzten drei Jahren (2013, 2012, 2011)?	
1.10. Wie viele Mitarbeiter sind in dem Unternehmen beschäftigt?	
1.10.1. am Standort	
1.10.2. weltweit	
1.11. In welchem Unternehmensbereich sind Sie tätig (Entwicklung, Vertrieb,...)?	
1.12. In welcher Position arbeiten Sie?	

### 2. Einschätzungen bezüglich eines weiterbildenden Studiums

#### 2.1. Entscheidungskriterien bei der Wahl eines weiterbildenden Studiums

Kommt für Sie ein weiterbildendes Studium in Frage: 2.1.1. Wenn ja, was sind die Gründe für ein weiterbildendes Studium?	
---	--



2.1.2. Wenn nein, was sind die Gründe gegen ein weiterbildendes Studium?	
2.1.3. Wie entscheidend sind die folgenden Kriterien bei der Wahl der Hochschule:	(auf einer Skala von 1 nicht ausschlaggebend bis 5 sehr ausschlaggebend und die jeweilige Ausprägung)
2.1.3.1. Studiengang (Inhalt)	
2.1.3.2. Kosten für das Studium	
2.1.3.3. Dauer des Studiums	
2.1.3.4. Anzahl der LP (ECTS)	
2.1.3.5. Flexibilität im Studiums	
2.1.3.6. Studienabschluss (bspw. B.Sc., Dipl.-Ing.,...)	
2.1.3.7. Studienform (Vollzeit, Teilzeit, Dual,...)	
2.1.3.8. Entfernung vom Wohnsitz zur Hochschule	
2.1.3.9. Image/Ruf (z.B. Ranking mit Bewertungen)	
2.1.3.10. andere	

## 2.2. Kernfragen zum Inhalt

2.2.1. Welche inhaltlichen Bereiche kommen für Sie für ein weiterbildendes Studium in Frage und wie hoch ist Ihre Bereitschaft, ein solches weiterbildendes Studium aufzunehmen:	(auf einer Skala von 1 keine Bereitschaft bis 5 sehr hohe Bereitschaft)
2.2.1.1. Fachrichtung	
2.2.1.2. Studiengang	
2.2.1.3. Studienschwerpunkt	
2.2.1.4. spezielle Themen	
2.2.2. Wie wichtig ist Ihnen in einem weiterbildendem Studium:	(auf einer Skala von 1 nicht wichtig bis 5 sehr wichtig und die jeweilige Ausprägung)
2.2.2.1. der Forschungsbezug/das wissenschaftliche Arbeiten	
2.2.2.2. der Praxisbezug der Lehrveranstaltung, Seminare und Skripte	
2.2.2.3. die Förderung von Fachkompetenzen	
2.2.2.4. die Förderung von Methodenkompetenzen	
2.2.2.5. die Förderung von Führungskompetenzen	
2.2.2.6. die Förderung kommunikativer Kompetenzen	
2.2.2.7. die Förderung von Sozialkompetenzen	
2.2.2.8. die Breite und Vielfalt des Angebots	
2.2.2.9. die Verknüpfung zwischen Inhalten einzelner Vorlesungen	
2.2.2.10. die Qualität des Lehrmaterials	
2.2.2.11. andere	

### 2.3. Kernfragen zur Struktur

2.3.1. Welche Art von weiterbildendem Studiengang und welcher Abschluss (B.Sc, M.Eng.,...) kommt für Sie in Frage und wie hoch ist Ihre Bereitschaft, ein solches weiterbildendes Studium aufzunehmen:	(auf einer Skala von 1 keine Bereitschaft bis 5 sehr hohe Bereitschaft)
2.3.1.1. weiterbildender Bachelorstudiengang	
2.3.1.2. weiterbildender Masterstudiengang	
2.3.1.3. Weiterbildungsangebote mit Zertifikatsabschluss (Kontaktstudium)	
2.3.1.4. andere	
2.3.2. Wie wichtig ist Ihnen in einem weiterbildenden Studium:	(auf einer Skala von 1 nicht wichtig bis 5 sehr wichtig und die jeweilige Ausprägung)
2.3.2.1. die Ausstattung (W-LAN, Literatur)	
2.3.2.2. die Betreuung durch die Lehrenden	
2.3.2.3. der Kontakt zu Lehrenden (Erreichbarkeit, Antwortzeit, Feedback)	
2.3.2.4. die Interaktivität zwischen den Studierenden	
2.3.2.5. die Vorbereitung auf Klausuren/Übungen	
2.3.2.6. die Flexibilität im Studium	
2.3.2.7. Abstimmung einzelner Elemente des Studiums auf die Tätigkeit im Unternehmen:	
2.3.2.7.1. Projektarbeit	
2.3.2.7.2. Gruppenarbeit	
2.3.2.7.3. Abschlussarbeit	
2.3.2.8. andere	
2.3.3. In welcher Form sollten Vorlesungen stattfinden (Blöcke/kontinuierlich/Präsenztage, E-Learning, usw.)	
2.3.4. Wann sollten Vorlesungen stattfinden (Wochentage/Zeiten)?	
2.3.5. Welchen Anteil sollten Präsenz- und Selbstlernphasen am Studium haben?	
2.3.6. In welcher Form sollte das Lehrmaterial vorliegen (gebunden, elektronisch, ...)?	
2.3.7. In welcher Form sollte die Vorbereitung auf Klausuren stattfinden (Probeklausuren, Multiplechoicefragen,...)?	
2.3.8. Wer sollte die Vorbereitung auf Klausuren/Übungen betreuen (Dozent, Übungsleiter,...)?	
2.3.9. In welcher Form sollten Leistungsnachweise erbracht werden (Projektarbeit und Abschlussarbeit)?	

### 2.4. Kernfragen zur Finanzierung

2.4.1. Welche Kosten sind Sie bereit zu übernehmen?	
2.4.2. Welche Kosten ist Ihr Unternehmen bereit zu übernehmen?	
2.4.3. Welche Freistellung ist für die Teilnahme an Vorlesungen möglich?	
2.4.4. Gibt es andere ausschlaggebende Kriterien bei der Finanzierung?	

Abschließende, offene Frage:

2.5. Wie sieht aus Ihrer Sicht ein idealer weiterbildender Studiengang aus (hinsichtlich Inhalt, Struktur und Finanzierung)?	
--	--

## 8.3 Onlinebefragung für potentielle Studierende

Druckversion

### Fragebogen

#### 1 Willkommen

### Herzlich willkommen zur Onlineumfrage zur Gestaltung neuer berufsbegleitender Studiengänge.

#### Ziel und Zweck der Bedarfsanalyse

Die Universität Ulm und die Hochschule Ulm planen den Aufbau und die Etablierung einer gemeinsamen, hochschulübergreifenden Einrichtung für die wissenschaftliche Weiterbildung. In diesem Rahmen führen wir derzeit am Institut für Technologie- und Prozessmanagement der Universität Ulm eine Bedarfsanalyse zur Gestaltung nachfrageorientierter Weiterbildungsprogramme in der Region Ulm durchgeführt. Durch diese Onlinebefragung von ehemaligen Studierenden erhoffen wir uns, das zukünftige Weiterbildungsangebot den Bedarf von potentiellen Studierenden anzupassen.

#### Zeitaufwand zum Ausfüllen der Umfrage

Für das Ausfüllen des gesamten Fragebogens benötigen Sie **ca. 20 Minuten**. Neben generellen Angaben zum bisherigen Hochschulstudium werden Sie gebeten, Einschätzungen hinsichtlich der inhaltlichen, strukturellen und finanziellen Gestaltung berufsbegleitender Studiengänge zu machen.

#### Behandlung der angegebenen Daten

Sämtliche Angaben werden **absolut vertraulich** behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Die Informationen werden ausschließlich in **anonymisierter** Form verarbeitet und lediglich im Rahmen statistischer Analysen verwendet.

#### Nutzen für Teilnehmer

Unter den Teilnehmern werden nach Ablauf der Onlinebefragung **acht USB-Sticks (8GB)** des Uni-Shops der Universität Ulm verlost.



Bitte geben Sie eine E-Mail-Adresse an, wenn Sie an der Verlosung teilnehmen möchten:

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:



Universität Ulm  
Fakultät für Mathematik und Wirtschaftswissenschaften

Institut für Technologie- und Prozessmanagement (ITOP)  
Science Park Ulm  
Helmholtzstraße 22  
89081 Ulm, Germany  
<http://www.uni-ulm.de/ITOP>

**Dr. Daniel Schallmo**  
Projektleitung  
Tel: +49 (0)731 50 32 302 Fax:  
+49 (0)731 50 32 309  
[daniel.schallmo@uni-ulm.de](mailto:daniel.schallmo@uni-ulm.de)

**Andreas Schöler**  
stellv. Projektleitung  
Tel: +49 (0)731 50 32 302  
Fax: +49 (0)731 50 32 309  
[andreas.schoeler@uni-ulm.de](mailto:andreas.schoeler@uni-ulm.de)

#### 2 Inhaltsübersicht

### Inhaltsübersicht

Der Fragebogen ist in sechs Fragenbereichen unterteilt:

- Generelle Informationen
- Strukturelle Gestaltung eines berufsbegleitenden Studienganges
- Inhaltliche Gestaltung eines berufsbegleitenden Studienganges
- Finanzielle Gestaltung eines berufsbegleitenden Studienganges
- Entscheidungsfindung bei der Auswahl eines berufsbegleitenden Studiengangs
- Abschließende Frage

### 3 Generelle Informationen

#### Generelle Informationen

**Sind Sie männlich oder weiblich?**

Männlich  Weiblich

**In welchem Jahr sind Sie geboren?**

keine Auswahl  
1994  
[...]  
1950

**Welche Hochschulreife haben Sie?**

- Allgemeine Hochschulreife
- Fachgebundene Hochschulreife
- Fachhochschulreife
- Berufsbildender Hochschulzugang

**Was ist Ihr höchster Hochschulabschluss?**

keine  
Auswahl  
Ohne  
B.A.  
B.Sc.  
B.Eng.  
LL.B.  
Diplom  
(FH) M.A.  
M.Sc.  
M.Eng.  
LL.M.  
Diplom (Univ.)  
Magister  
Staatsexam  
Dr.  
Ph.D.  
Sonstiges

**Was ist Ihre derzeitige Tätigkeit?**

- Studierend
- Berufstätig
- Andere

**Welchen Studiengang haben Sie in Ihrem bisherigen Hochschulstudium belegt?**

Wenn Sie sich derzeit in einem Hochschulstudium befinden, geben Sie den Studiengang des derzeitigen Hochschulstudiums an.

**Welchen Schwerpunkt hatten Sie in Ihrem bisherigen Hochschulstudium?**

Wenn Sie sich derzeit in einem Hochschulstudium befinden, geben Sie den Studienschwerpunkt des derzeitigen Hochschulstudiums an.

**An welcher Hochschulform haben Sie Ihr bisheriges Hochschulstudium absolviert?**

Wenn Sie sich derzeit in einem Hochschulstudium befinden, geben Sie die Hochschulform des derzeitigen Hochschulstudiums an.

- Universität
- Fachhochschule
- Duale Hochschule
- Sonstiges



**An welchem Studienort haben Sie Ihr bisheriges Hochschulstudium absolviert?**  
 Wenn Sie sich derzeit in einem Hochschulstudium befinden, geben Sie Ihren derzeitigen Studienort an.

**Wie viele Jahre Berufserfahrung haben Sie?**

- keine
- unter 2 Jahren
- zwischen 2 und 4 Jahren
- zwischen 5 und 9 Jahren
- zwischen 10 und 14 Jahren
- zwischen 15 und 20 Jahren
- über 20 Jahre

**In welchem Unternehmen sind Sie oder waren Sie zuletzt beschäftigt?**

Standort des Unternehmens:

Sitz des Unternehmens:

Branche, in der das Unternehmen tätig ist:

Region, in der das Unternehmen tätig ist:





Anzahl der Mitarbeiter im Unternehmen:









Unternehmensbereich, in dem Sie beschäftigt sind oder waren:

Position, in der Sie arbeiten oder gearbeitet haben:

#### 4 Strukturelle Gestaltung eines berufsbegleitenden Studiengangs

### Strukturelle Gestaltung eines berufsbegleitenden Studiengangs

**Welche Hochschulform kommt für Sie für ein berufsbegleitendes Studium in Frage?**

- Universität
- Fachhochschule
- Duale Hochschule

**Welche Art von berufsbegleitendem Studium kommt für Sie in Frage?**

- Berufsbegleitender Bachelorstudiengang
- Berufsbegleitender Masterstudiengang
- Berufsbegleitender Master of Business Administration (MBA)
- Weiterbildungsangebote mit Zertifikatsabschluss (zertifizierte Module können für einen späteren berufsbegleitenden Studiengang angerechnet werden)

**Wie wichtig sind Ihnen die folgenden strukturellen Aspekte im Studium?**

	1 - unwichtig	2	3	4	5 - sehr wichtig
Die Breite und Vielfalt des Modulangebots	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Ausstattung der Einrichtung (Literaturangebot, Infrastruktur,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Betreuung durch Lehrende	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Kontakt zu den Lehrenden (Erreichbarkeit, kurze Antwortzeiten,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Interaktivität zwischen den Studierenden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Flexibilität im Studium	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Wie wichtig ist Ihnen, dass Lehrinhalte in den folgenden Formen bereitgestellt werden?**

	1 - unwichtig	2	3	4	5 - sehr wichtig
ausformulierte Skripte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Videodateien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Audiodateien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Webinare (Online Live-Seminar)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Wie wichtig ist Ihnen, dass die Prüfungsvorbereitung in den folgenden Formen stattfindet?**

	1 - unwichtig	2	3	4	5 - sehr wichtig
In Form von Probeklausuren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In Form von Multiplechoicefragen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In Form von separaten Präsenzveranstaltungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
In Form von Video-Chats	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Wie wichtig ist Ihnen, dass Leistungsnachweise in den folgenden Formen erbracht werden?**

	1 - unwichtig	2	3	4	5 - sehr wichtig
Klausuren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mündliche Prüfungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bewertete Seminararbeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bewertete Gruppenarbeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Welcher Anteil von Präsenzphasen an einem berufsbegleitenden Studium ist aus Ihrer Sicht optimal?**

<20% bedeutet, dass Lehrinhalte weitestgehend in Selbstlernphasen (beispielsweise e-Learning) anzueignen sind.  
>80% bedeutet, dass Lehrinhalte weitestgehend in Präsenzveranstaltungen vermittelt werden.

	<20%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	>80%
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**In welcher Form sollten die Präsenzphasen in einem berufsbegleitenden Studium stattfinden?**

- Kontinuierlich stattfindende Präsenzveranstaltungen abends an Werktagen
- Kontinuierlich stattfindende Präsenzveranstaltungen ganztägig an Wochenenden
- Präsenzblöcke: ganztägig über mehrere Wochen

**5 Inhaltliche Gestaltung eines berufsbegleitenden Studiengangs**

**Inhaltliche Gestaltung eines berufsbegleitenden Studiengangs**

Welcher Studiengang käme für Sie für ein berufsbegleitendes Studium in Frage?

Welcher Studienschwerpunkt käme für Sie für ein berufsbegleitendes Studium in Frage?

Welche speziellen Themen sollten in einem berufsbegleitenden Studium Ihrer Wahl behandelt werden?

**Wie wichtig ist Ihnen die Vermittlung folgender bereichsspezifischer Fachkompetenzen im Studium?**

	1 - unwichtig	2	3	4	5 - sehr wichtig
Spezielles Fachwissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Breites Grundlagenwissen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fachspezifische theoretische Kenntnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kenntnis wissenschaftlicher Methoden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Wie wichtig ist Ihnen die Vermittlung folgender Sachkompetenzen im Studium?**

	1 - unwichtig	2	3	4	5 - sehr wichtig
Fachübergreifendes Denken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fremdsprachen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kenntnisse in EDV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Rechtskenntnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirtschaftskenntnisse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Wie wichtig ist Ihnen die Vermittlung folgender Methodenkompetenzen im Studium?</b>					
	<b>1 - unwichtig</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 - sehr wichtig</b>
Organisationsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Problemlösungsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Selbständiges Arbeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zeitmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fähigkeit, vorhandenes Wissen auf neue Probleme anzuwenden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fähigkeit, Wissenslücken zu erkennen und zu schließen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kritisches Denken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Analytische Fähigkeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Wie wichtig ist Ihnen die Vermittlung folgender Sozialkompetenzen im Studium?</b>					
	<b>1 - unwichtig</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 - sehr wichtig</b>
Kooperationsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Verhandlungsgeschick	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Führungsqualitäten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kommunikationsfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Durchsetzungsvermögen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Schriftliche Ausdrucksfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mündliche Ausdrucksfähigkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konfliktmanagement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Wie wichtig ist Ihnen die Vermittlung folgender Anwendungskompetenz im Studium?</b>					
	<b>1 - unwichtig</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 - sehr wichtig</b>
Wissenschaftliche Ergebnisse/Konzepte praktisch umsetzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Wie wichtig sind Ihnen die folgenden inhaltlichen Aspekte im Studium?</b>					
	<b>1 - unwichtig</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5 - sehr wichtig</b>
Die Förderung von bereichsspezifischen Fachkompetenzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Förderung von Sachkompetenzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Förderung von Methodenkompetenzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Förderung von Sozialkompetenzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Förderung von Anwendungskompetenzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Forschungsbezug/das wissenschaftliche Arbeiten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Der Praxisbezug der Lehrveranstaltungen, Seminare und Skripte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Abstimmung der Projektarbeiten auf die Tätigkeit im Unternehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Abstimmung der Gruppenarbeiten auf die Tätigkeit im Unternehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Abstimmung der Abschlussarbeit auf die Tätigkeit im Unternehmen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Verknüpfung zwischen Inhalten einzelner Module	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Die Qualität des Lehrmaterials	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 6 Finanzielle Gestaltung eines berufsbegleitenden Studiengangs

### Finanzielle Gestaltung eines berufsbegleitenden Studiengangs





Sie sind am Ende des Fragebogens angelangt. Dies ist die letzte Gelegenheit in der Umfrage zurückzugehen und Fragen zu beantworten. Durch Klicken auf "Weiter" schließen Sie die Umfrage ab und übersenden Ihre Angaben endgültig.

10 Endseite

**Vielen Dank, dass Sie an unserer Befragung teilgenommen haben.**

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

 Institut für Technologie- und Prozessmanagement		
<b>Universität Ulm</b> <b>Fakultät für Mathematik und Wirtschaftswissenschaften</b>		
<b>Institut für Technologie- und Prozessmanagement (ITOP)</b> <b>Science Park Ulm</b> <b>Helmholtzstraße 22</b> <b>89081 Ulm, Germany</b> <a href="http://www.uni-ulm.de/ITOP">http://www.uni-ulm.de/ITOP</a>	<b>Dr. Daniel Schallmo</b>  Projektleitung Tel: +49 (0)731 50 32 302 Fax: +49 (0)731 50 32 309 <a href="mailto:daniel.schallmo@uni-ulm.de">daniel.schallmo@uni-ulm.de</a>	<b>Andreas Schöler</b>  stellv. Projektleitung Tel: +49 (0)731 50 32 302 Fax: +49 (0)731 50 32 309 <a href="mailto:andreas.schoeler@uni-lm.de">andreas.schoeler@uni-lm.de</a>

## 8.4 Teilnehmerstatistiken für Onlinebefragung Studierende

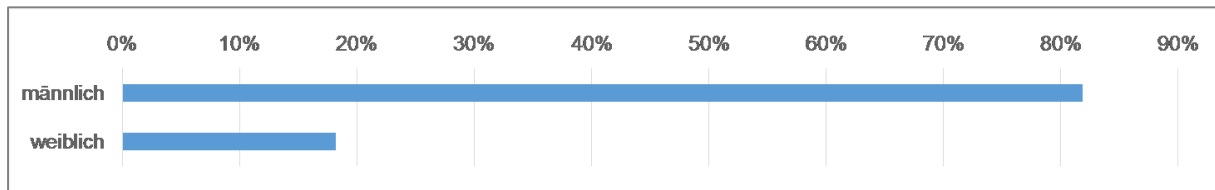


Abbildung A 4: Geschlechterverteilung der Teilnehmer

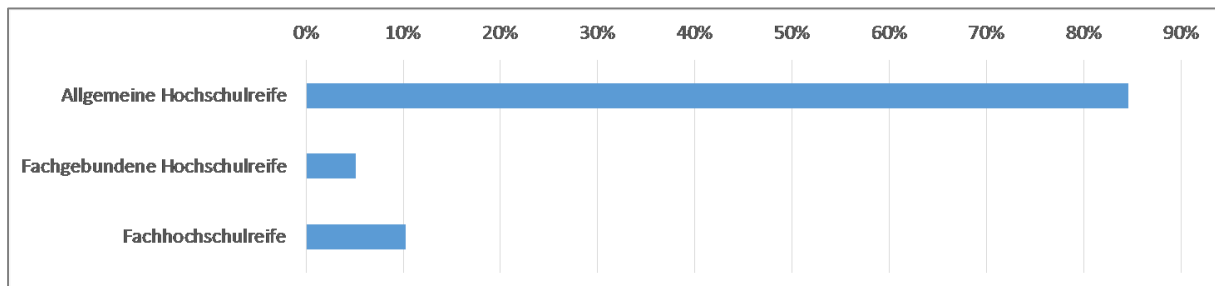


Abbildung A 5: Verteilung der Teilnehmer nach Hochschulzulassung

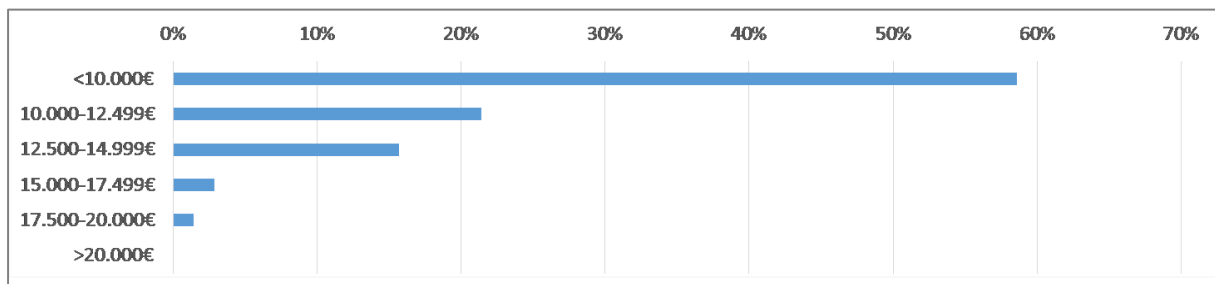


Abbildung A 6: Bedarf zu maximalen Kosten berufsbegleitender Bachelorstudiengänge

## **8.5 Interviewleitfaden Unternehmen**

### **Zur Begrüßung**

Vielen Dank, dass Sie mir/uns Gelegenheit für dieses Interview geben.

### **Zum Ziel und Zweck der Bedarfsanalyse**

Die Universität Ulm und die Hochschule Ulm planen den Aufbau und die Etablierung einer gemeinsamen, hochschulübergreifenden Einrichtung für die wissenschaftliche Weiterbildung. In diesem Rahmen führen wir derzeit am Institut für Technologie- und Prozessmanagement der Universität Ulm im Auftrag der SAPS, der School of Advanced Professional Studies, eine Bedarfsanalyse zur Gestaltung nachfrage-orientierter Weiterbildungsprogramme in der Region Ulm durchgeführt. Dazu führen wir einige Experteninterviews in Unternehmen durch. Der Fokus liegt dabei speziell auf berufsbegleitenden Studiengängen mit Bachelor- und Masterabschluss.

Durch dieses Interview erhoffen wir uns, das zukünftige Weiterbildungsangebot in der Region Ulm an Ihren Bedarf anzupassen.

### **Zum Nutzen für Ihr Unternehmen**

Die Studie umfasst neben der Bedarfserhebung zu berufsbegleitenden Studiengängen seitens der Unternehmen auch eine Erhebung des Weiterbildungsbedarfs und der Bereitschaft potentieller Studierenden sowie eine Marktanalyse zum derzeitigen Weiterbildungsangebot in der Region Ulm. Bei Interesse lassen wir Ihnen gerne einen Abschlussbericht der Studie zukommen.

### **Zum Zeitaufwand**

Das Interview wird ca. 20 Minuten in Anspruch nehmen.

### **Zur Behandlung der angegebenen Daten**

Sämtliche Angaben werden absolut vertraulich behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Die Informationen werden ausschließlich in anonymisierter Form verarbeitet und lediglich im Rahmen statistischer Analysen verwendet.

Wenn Sie einverstanden sind, zeichnen wir das Gespräch zum alleinigen Zweck der Kontrolle der Mitschrift auf.

### **Zur inhaltlichen Gliederung des Interviews**

Das Interview ist wie folgt gegliedert:

1. Generelle Informationen über das Unternehmen
2. Derzeitige Weiterbildung der Mitarbeiter und Investitionen in Weiterbildung
3. Inhaltliche Gestaltung berufsbegleitender Studiengänge
4. Strukturelle Gestaltung berufsbegleitender Studiengänge
5. Abschließende offene Fragen

### 1. Generelle Informationen über das Unternehmen:

Aus der Vorrecherche zu Ihrem Unternehmen haben wir folgende Informationen über Ihr Unternehmen (rechte Seite):

1.1. Wie lautet der Name Ihres Unternehmens?	
1.2. Wo befindet sich der Standort Ihres Unternehmens?	
1.3. Wo befindet sich der Sitz Ihres Unternehmens?	
1.4. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?	
1.5. In welchen Regionen ist Ihr Unternehmen aktiv (international, national, regional)?	
1.6. Wie hoch war Ihr Umsatz jeweils in den letzten drei Jahren (2013, 2012, 2011)?	
1.7. Wie viele Mitarbeiter sind insgesamt in Ihrem Unternehmen beschäftigt:	
1.7.1. am Standort	
1.7.2. weltweit	

Stimmen diese Daten soweit oder möchten Sie etwas berichtigen oder ergänzen?

Dann kommen wir zur Weiterbildung in Ihrem Unternehmen:

### 2. Derzeitige Weiterbildung der Mitarbeiter und Investitionen in Weiterbildung

2.1. Können Sie eine Aussage darüber treffen, wie viele und welche Mitarbeiter zurzeit weitergebildet werden und in welchen Fachrichtungen Mitarbeiter weitergebildet werden?	
2.2. Können Sie eine Aussage darüber treffen, an welchen Hochschularten Ihre Mitarbeiter weitergebildet werden (an Universitäten, Fachhochschulen oder Dualen Hochschulen) und in welchen Arten von Weiterbildungsprogrammen diese weitergebildet werden (Bachelor-, Master- oder im Zertifikatsstudium)?	
2.3. Können Sie abschätzen, wie viel Ihr Unternehmen in die Weiterbildung der Mitarbeiter jährlich investiert oder wie hoch die jährlichen Investitionen pro Mitarbeiter sind? Müssen sich Ihre Mitarbeiter an den Kosten für die Weiterbildung beteiligen? Wenn ja, zu welchen Anteilen?	
2.4. Aus welchen Gründen wie zum Beispiel die Ausbildung neuer Führungskräfte müssen ihre Mitarbeiter weiterbilden werden? Aus welchen Gründen können Mitarbeiter nicht weitergebildet werden?	
2.5. Schätzen Sie den Bedarf an Weiterbildung für Ihr Unternehmen für die kommenden fünf Jahre als zunehmend, gleichbleibend oder rückläufig ein.	

### 3. Inhaltliche Gestaltung berufsbegleitender Studiengänge

3.1. Mit welchen wirtschaftlichen und technologischen Entwicklungen, die sich auf die Weiterbildung in Ihrem Unternehmen auswirken, sehen Sie sich gegenwärtig und zukünftig konfrontiert?	
3.2. Können Sie abschätzen, wie sich die genannten Entwicklungen auf die Anforderungsprofile Ihrer Mitarbeiter auswirken und welche Unternehmensbereiche dies betrifft: Welches Fachwissen, welche berufsspezifischen Fertigkeiten und sozialen/persönlichen Kompetenzen sind erforderlich?	
3.3. Welche Studiengänge und welche Schwerpunkte sind aus Ihrer Sicht relevant, so dass Ihre Mitarbeiter die genannten Anforderungen erfüllen können?	
3.4. Gibt es spezifische Themen, die in einem berufsbegleitenden Studium behandelt werden sollten?	

### 4. Strukturelle Gestaltung berufsbegleitender Studiengänge

4.1. Es gibt Weiterbildungsangebote mit Zertifikatsabschluss, bei denen die zertifizierten Module für einen späteren Studiengang angerechnet werden können. Wie interessant sind für Ihr Unternehmen solche Weiterbildungsprogramme gegenüber berufsbegleitenden Bachelor- und Masterstudiengänge?	
4.2. Können Mitarbeiter, die sich in der Weiterbildung befinden, vom Unternehmen freigestellt werden oder muss das Studium während deren Freizeit und Urlaub stattfinden? Keine Freistellung möglich: Dann sollten Präsenzveranstaltungen aus Ihrer Sicht abends und am Wochenende stattfinden? Freistellung möglich: Dann können Präsenzveranstaltungen auch über eine oder mehrere Wochen ganztägig stattfinden?	

### 5. Abschließende, offene Frage:

5.1. Welche hier nicht erwähnten Aspekte sind Ihnen besonders wichtig in einem berufsbegleitenden Studium?	
--	--

## 8.6 Onlinebefragung für Unternehmen

Druckversion

### Fragebogen

#### 1 Willkommen

### Herzlich willkommen zur Erhebung des Weiterbildungsbedarfs zur Gestaltung berufsbegleitender Studiengänge.

#### Ziel und Zweck der Bedarfsanalyse

Die Universität Ulm und die Hochschule Ulm planen den Aufbau und die Etablierung einer gemeinsamen, hochschulübergreifenden Einrichtung für die wissenschaftliche Weiterbildung. In diesem Rahmen führen wir derzeit am Institut für Technologie- und Prozessmanagement der Universität Ulm im Auftrag der SAPS (School of Advanced Professional Studies) eine Bedarfsanalyse zur Gestaltung nachfrage-orientierter Weiterbildungsprogramme in der Region Ulm durchgeführt. Durch diese Onlinebefragung erhoffen wir uns, das zukünftige Weiterbildungsangebot an den Bedarf Ihres Unternehmens anzupassen. Der Fokus liegt dabei speziell auf berufsbegleitenden Studiengängen mit Bachelor- und Masterabschluss.

#### Zeitaufwand zum Ausfüllen der Umfrage

Für das Ausfüllen des **einseitigen** Fragebogens benötigen Sie **ca. 5 Minuten**. Neben generellen Angaben zum Unternehmen werden Sie gebeten, Einschätzungen hinsichtlich der inhaltlichen, strukturellen und finanziellen Gestaltung berufsbegleitender Studiengänge zu machen.

#### Behandlung der angegebenen Daten

Sämtliche Angaben werden **absolut vertraulich** behandelt und nicht an Dritte weitergegeben. Die Informationen werden ausschließlich in **anonymisierter** Form verarbeitet und lediglich im Rahmen statistischer Analysen verwendet.

#### Nutzen für Ihr Unternehmen

Die Studie umfasst neben der Bedarfserhebung zu berufsbegleitenden Studiengängen seitens der Unternehmen auch eine Erhebung des Weiterbildungsbedarfs potentieller Studierender sowie eine Marktanalyse zum derzeitigen Weiterbildungsangebot an Hochschulen in der Region um Ulm. Wir verweisen Sie gerne auf die Internetseite der SAPS der Universität Ulm, auf der der Abschlussbericht der Studie Ende März veröffentlicht wird: <http://www.uni-ulm.de/einrichtungen/saps.html>.

#### Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

 Institut für Technologie- und Prozessmanagement		
<b>Universität Ulm</b> <b>Fakultät für Mathematik und Wirtschaftswissenschaften</b>		
<b>Institut für Technologie- und Prozessmanagement (ITOP)</b> <b>Science Park Ulm</b> <b>Helmholtzstraße 22</b> <b>89081 Ulm, Germany</b> <a href="http://www.uni-ulm.de/ITOP">http://www.uni-ulm.de/ITOP</a>	<b>Dr. Daniel Schallmo</b>  Projektleitung Tel: +49 (0)731 50 32 302 Fax: +49 (0)731 50 32 309 <a href="mailto:daniel.schallmo@uni-ulm.de">daniel.schallmo@uni-ulm.de</a>	<b>Andreas Schöler</b>  stellv. Projektleitung Tel: +49 (0)731 50 32 302 Fax: +49 (0)731 50 32 309 <a href="mailto:andreas.schoeler@uni-ulm.de">andreas.schoeler@uni-ulm.de</a>

#### 2 Generelle Informationen

### Generelle Informationen über Ihr Unternehmen

#### In welchem Postleitzahlengebiet befindet sich der Standort Ihres Unternehmens?

Keine Auswahl 70 Stuttgart  
71 Stuttgart  
72 Reutlingen  
73 Goeppingen  
74 Heilbronn  
75 Pforzheim  
78 Konstanz  
80 Muenchen  
81 Muenchen  
83 Rosenheim  
85 Ingolstadt  
86 Augsburg  
87 Kempten  
88 Friedrichshafen  
89 Ulm  
91 Ansbach

#### In welchem Wirtschaftszweig ist Ihr Unternehmen tätig?

keine Auswahl  
 Verarbeitendes Gewerbe  
 Energieversorgung  
 Wasserversorgung; Abwasser- und Abfallentsorgung und Beseitigung von  
 Umweltverschmutzungen Baugewerbe  
 Handel; Instandhaltung und Reparatur von Kraftfahrzeugen  
 Verkehr und Lagerei  
 Information und Kommunikation  
 Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen  
 Grundstücks- und Wohnungswesen  
 Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen  
 Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen  
 Öffentliche Verwaltung, Verteidigung; Sozialversicherung  
 Gesundheits- und Sozialwesen Sonstiges

Wie hoch war der Umsatz Ihres Unternehmens im Jahr 2013?

<10 Mio €      10-99 Mio €      100-499 Mio €      500-1.000 Mio €      >1.000 Mio €

Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen am Standort insgesamt beschäftigt?

<50      50-249      250-499      500-1.000      >1.000

### Unterstützung der Mitarbeiter

Wie hoch ist die maximale finanzielle Unterstützung für einen Mitarbeiter, der ein berufsbegleitendes Studium belegen möchte?

<1.000€      1.000-4.999€      5.000-9.999€      10.000-15.000€      >15.000€

Für wie viele Tage können Mitarbeiter pro Jahr zusätzlich zu den regulären Urlaubstagen (z.B. durch Arbeitszeitreduzierung oder Gleitzeit-Überstunden) für ein berufsbegleitendes Studium freigestellt werden?

0      1-5      6-9      10-14      15-20      >20

### Weiterbildungsbedarf Ihres Unternehmens

Wie hoch schätzen Sie den Bedarf an folgenden berufsbegleitenden Weiterbildungsprogrammen ein?

	1 - sehr gering	2	3	4	5 - sehr hoch
Bachelorstudiengänge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Masterstudiengänge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
MBA-Studiengänge	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Weiterbildungsangebote mit Zertifikatsabschluss (zertifizierte Module können für einen späteren berufsbegleitenden Studiengang angerechnet werden)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie hoch schätzen Sie den Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen für die folgenden Unternehmensbereiche ein?

	1 - sehr gering	2	3	4	5 - sehr hoch
Allgemeine Verwaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Controlling/Rechnungswesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Einkauf/Beschaffung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fertigung/Produktion	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Forschung & Entwicklung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Geschäftsleitung/Strategie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
IT-Abteilung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Logistik/Lagerhaltung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Marketing/Vertrieb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Personalwesen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wie hoch schätzen Sie den Bedarf an berufsbegleitenden Masterstudiengängen für die folgenden Fachrichtungen ein?

	1 - sehr gering	2	3	4	5 - sehr hoch
Informatik und Mathematik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ingenieurwissenschaften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Medizin und Pharmazie	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naturwissenschaften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wirtschaftswissenschaften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Andere <input type="text"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 3 Hinweis letzte Seite

Sie sind am Ende des Fragebogens angelangt. Dies ist die letzte Gelegenheit in der Umfrage zurückzugehen und Fragen zu beantworten. Durch Klicken auf "Weiter" schließen Sie die Umfrage ab und übersenden Ihre Angaben endgültig.

### 4 Endseite

**Vielen Dank, dass Sie an unserer Befragung teilgenommen haben.**

Bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

 Institut für Technologie- und Prozessmanagement		
<b>Universität Ulm</b> <b>Fakultät für Mathematik und Wirtschaftswissenschaften</b>		
<b>Institut für Technologie- und Prozessmanagement (ITOP)</b> <b>Science Park Ulm</b> <b>Helmholtzstraße 22</b> <b>89081 Ulm, Germany</b> <a href="http://www.uni-ulm.de/ITOP">http://www.uni-ulm.de/ITOP</a>	<b>Dr. Daniel Schallmo</b> Projektleitung Tel: +49 (0)731 50 32 302 Fax: +49 (0)731 50 32 309 <a href="mailto:daniel.schallmo@uni-ulm.de">daniel.schallmo@uni-ulm.de</a>	<b>Andreas Schöler</b> stellv. Projektleitung Tel: +49 (0)731 50 32 302 Fax: +49 (0)731 50 32 309 <a href="mailto:andreas.schoeler@uni-lm.de">andreas.schoeler@uni-lm.de</a>