

Hinweis:

Bis zur Veröffentlichung der URL im Hochschul-Nachrichtenblatt des Wissenschaftsministeriums hat die Satzung Entwurfscharakter.

**Studien- und Prüfungsordnung (Satzung) für den Bachelor-Studiengang  
E-Commerce an der Fachhochschule Wedel  
Vom 24. April 2026**

Zuständiges Ministerium, Nummer, Jahr und Seite der Veröffentlichung im Nachrichtenblatt Hochschule: NBl. HS MBWFK Schl.-H. Heftnr. XX/2026, S. X

Tag der Bekanntmachung auf der Internetseite der Fachhochschule Wedel: 24. April 2026

Aufgrund § 76 Absatz 9 in Verbindung mit § 52 des Gesetzes über die Hochschulen und das Universitätsklinikum Schleswig-Holstein (Hochschulgesetz-HSG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 5. Februar 2016 (GVOBl. Schl.-H. S. 39), zuletzt geändert durch Artikel 1 des Gesetzes vom 11. Dezember 2025 (GVOBl. Schl.-H. 2025/144), wird nach Beschlussfassung durch den Senat vom 24. April 2026 und nach Genehmigung durch das Präsidium am selben Datum die folgende Satzung erlassen:

## **§ 1 Allgemeine Studienhinweise**

Diese Studiengangs- und Prüfungsordnung des Bachelor-Studiengangs *E-Commerce* enthält Hinweise allgemeiner Art. Es wird den Studentinnen und Studenten empfohlen, sich auch mit der Prüfungsverfahrensordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der Fachhochschule Wedel vertraut zu machen und möglichst frühzeitig Kontakt mit Professorinnen und Professoren und wissenschaftlichen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit dem Ziel der Studienfachberatung aufzunehmen. Außerdem wird auf die Aushänge des Prüfungssekretariates verwiesen.

## **§ 2 Geltungsbereich**

Diese Studiengangs- und Prüfungsordnung regelt auf der Grundlage der gültigen Prüfungsverfahrensordnung für Bachelor- und Masterstudiengänge an der Fachhochschule Wedel Ziel, Inhalt und Aufbau des Studiums für den Bachelor-Studiengang *E-Commerce* an der Fachhochschule Wedel.

## **§ 3 Studienbeginn**

Das Lehrangebot ist auf einen Beginn zum Sommer- und Wintersemester ausgelegt.

## **§ 4 Regelstudienzeit**

Das Lehrangebot erstreckt sich über sieben Semester (Regelstudienzeit). Der zeitliche Gesamtumfang der für den erfolgreichen Abschluss des Studiums erforderlichen Arbeitslast beträgt 6300 Stunden (= 210 ECTS-Punkte). Für den Erwerb eines ECTS-Punktes wird ein Arbeitsaufwand von 30 Stunden zugrunde gelegt.

## **§ 5 Abschluss**

Den Absolventinnen und Absolventen des Bachelor-Studiums wird der akademische Grad eines „Bachelor of Science“ (abgekürzt: B.Sc.) verliehen.

## **§ 6 Studienberatung**

Zu den Modulen beraten die Modulverantwortlichen.

Die übergreifende Studienfachberatung zur individuellen Studienplanung erfolgt durch vom Prüfungsausschuss bestimmte Studienfachberaterinnen und Studienfachberater. In der Regel sind dies die Studiengangsleiterinnen und Studiengangsleiter.

Für nicht fachspezifische Studienprobleme steht die Allgemeine Studienberatung der FH Wedel zur Verfügung.

## § 7 Studienformen

(1) Das Studium kann in folgenden Formen absolviert werden:

a: Vollzeit oder

b: Dual.

(2) Details regelt die Prüfungsverfahrensordnung.

## § 8 Qualifikationsziele

(1) Allgemeine Qualifikationsziele

Die Qualifikationsziele des Bachelor-Studiengangs E-Commerce sind insgesamt primär darauf ausgerichtet, den Absolventinnen und Absolventen entweder einen Einstieg in eine Berufstätigkeit im E-Commerce oder digitalen Marketing oder in ein weiterführendes Master-Studium in den Themenfeldern des E-Commerce und digitalen Marketings zu erlauben.

Die im Folgenden beschriebenen Qualifikationsziele bestehen aus fachlichem Wissen sowie aus fachlichen und überfachlichen Fertigkeiten, die für die beiden genannten Wege nach dem Bachelor-Studium erforderlich sind.

Das Curriculum vermittelt Fähigkeiten, die in fachlicher Hinsicht analytische und konstruktive Fähigkeiten zu einer integrierten und praxistauglichen Methoden- und Problemlösungskompetenz bündeln.

Folgende zentrale fachliche Kompetenzen sollen im Verlauf des Studiums erworben werden:

- a: Die Fertigkeit, betriebswirtschaftliche Zusammenhänge zu analysieren, zu modellieren, zu bewerten und zu gestalten, insbesondere im Hinblick auf digitales Marketing und digitale Kundenbeziehungen mit besonderem Schwerpunkt auf den Onlinehandel.
- b: Die Fertigkeit, betriebswirtschaftliche Ziele von Unternehmen und die Bedürfnisse von Zielgruppen zu verstehen und daraus sinnvolle Zielgrößen und Ansätze für die Gestaltung digitalen Kundenbeziehungen von Kommunikation bis Vertrieb zu entwickeln.
- c: Die Fertigkeit, die Konzeption, Entwicklung oder Auswahl einer Software im Rahmen des digitalen Marketings und E-Commerce durch entsprechende Aufbereitung und Repräsentation der Anforderungen vorzubereiten.
- d: Die Fertigkeit, digitale Käuferfahrungen in Marketing und Vertrieb von Grund auf zu konzipieren und mit Hilfe relevanter Werkzeuge bis zur Einsatzfähigkeit eigenständig zu implementieren.
- e: Die Fertigkeit, auf Basis von Nutzeranforderungen digitale Produkte und Leistungsaspekte zu entwerfen und in der Funktion des Produktmanagements effizient weiterzuentwickeln.
- f: Die Fertigkeit, am Markt verfügbare Software-Lösungen im Hinblick auf betriebswirtschaftliche Anforderungen zu analysieren, zu bewerten und auszuwählen.

- g: Die Kenntnis digitaler Vertriebskanäle vom eigenen Onlineshop über Marktplätze und Handelsbeziehungen und deren Abstimmung untereinander und in Kombination mit physischen Vertriebswegen.
- h: Die Kenntnis der Erfolgsbetrachtung im digitalen Marketing durch Möglichkeiten der Web-Analyse und der Nutzermessung auch vor dem Hintergrund relevanter datenschutzrechtlicher Bestimmungen.

Die fachlichen Kompetenzen werden ergänzt durch die folgenden überfachlichen Kompetenzen:

- a: Die Fertigkeit, fachliche Zusammenhänge anderen Personen (auch fachfremden) verständlich zu präsentieren, auch in Form schriftlicher Ausarbeitungen.
- b: Die Fertigkeit die Bedürfnisse unterschiedlicher Zielgruppen zu erfassen und diese effizient in die Gestaltung digitaler Leistungsangebote zu überführen.
- c: Die Fertigkeit, sich in neue Methoden und Techniken der Informatik und der Betriebswirtschaftslehre selbständig einzuarbeiten.
- d: Die Fertigkeit, in einem, eventuell interdisziplinär zusammengesetzten, Team erfolgreich tätig zu werden.

## (2) Besondere Qualifikationsziele des Vollzeitstudiums

Die Qualifikationsziele des Vollzeitstudiums sind durch die allgemeinen Ziele umfassend beschrieben.

## (3) Besondere Qualifikationsziele des dualen Studiums

Im dualen Studium soll durch die Verzahnung der an der Hochschule vermittelten Inhalte mit den Praxisanteilen im Unternehmen insgesamt eine stärkere Fokussierung auf die Praxisrelevanz der Studieninhalte und ihre direkte Anwendung zur Problemlösung im Unternehmen erreicht werden. Die studienbegleitenden Tätigkeiten im dualen Partnerunternehmen tragen somit zu einer Vertiefung der Kenntnisse durch praktische Anwendung und zu einer verstärkten Praxisorientierung bei. Beides befördert insbesondere die unmittelbare Einsetzbarkeit der Absolventinnen und Absolventen im Arbeitsalltag des Unternehmens im Anschluss an das Studium. Die Qualifikationsziele des Vollstudiums werden dabei im dualen Studium nicht ersetzt, sondern um eine Komponente der Praxisorientierung ergänzt. Um die Erreichung dieser spezifischen Qualifikationsziele zu gewährleisten, wird die passgenaue Abstimmung des fachlichen Zusammenspiels von Hochschule und Unternehmen dabei durch vielfältige Praxis- und Praktikumsberichte, in denen die Studentinnen und Studenten ihre Tätigkeiten und Erkenntnisse im Unternehmen beschreiben, überwacht und sichergestellt.

Folgende erweiterten fachlichen und berufspraktischen Kompetenzen sollen im Verlauf des dualen Studiums erworben werden:

- a: Die Fertigkeit, die spezifischen betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge und insbesondere Herausforderungen und Aufgaben mit engem Bezug zum digitalen Marketing und E-Commerce in einem konkreten Unternehmen auf der Grundlage von methodischen Konzepten der Betriebswirtschaft zu erfassen und zu gestalten, wobei eine auf die konkreten Erfordernisse und Möglichkeiten des Unternehmens abgestimmte Nutzung digitaler Werkzeuge für die Gestaltung der Kundenbeziehungen des Unternehmens die

wesentliche Zielrichtung ist.

- b: Die Fertigkeit, aus den Herausforderungen des Alltagsgeschäfts und den Abläufen des Marketings eines konkreten Unternehmens betriebswirtschaftliche und technische Anforderungen an die Gestaltung digitaler Kundenbeziehungen abzuleiten.
- c: Die Fertigkeit, für den konkreten Bedarf eines Unternehmens den wirtschaftlich wie technisch geeigneten Ansatz für die Gestaltung und Bereitstellung digitaler Leistungen auszuwählen, die Implementierung konzeptionell und operational zu begleiten und Verantwortung für den operativen Betrieb zu übernehmen.
- d: Die Fertigkeit, aus dem methodischen Instrumentarium des digitalen Marketings und des E-Commerce, das in Veranstaltungen der Hochschule vermittelt wird, gezielt und spezifisch angepasst geeignete Ansätze für konkrete Herausforderungen auszuwählen und situativ angepasst einzusetzen.
- e: Die Fertigkeit, mit Stakeholdern unterschiedlicher fachlicher und hierarchischer Ebenen in interdisziplinären Projekten mit Bezug zum E-Commerce und digitalen Marketing effektiv zusammenzuarbeiten und hierbei die fachlichen Schnittstellenkompetenzen zwischen Betriebswirtschaft und Informatik aus dem Studium erfolgreich einzusetzen.

Die fachlichen Kompetenzen werden ergänzt durch die folgenden überfachlichen Kompetenzen:

- a: Die Fertigkeit, Kolleginnen und Kollegen eines Unternehmens mit gewachsenen klassischen Marketing- und Vertriebsstrukturen für innovative fachliche Ansätze zu gewinnen.
- b: Die Fertigkeit, mit der Diskrepanz zwischen theoretisch angemessenen Ansätzen des digitalen Marketings und E-Commerce und den pragmatisch gewachsenen Strukturen eines Unternehmens umgehen zu können und trotz eines hohen methodisch-theoretischen Anspruchs aus dem Studium zu vertretbaren, pragmatisch ausgerichteten Problemlösungen zu kommen.
- c: Die Fertigkeit, mit parallel zu bearbeitenden unterschiedlichen Aufgabenstellungen, wie sie in der Praxis verstärkt auftreten, umgehen zu können und diese strukturiert abzuarbeiten.
- d: Die Fertigkeit, sich in heterogen zusammengesetzten Teams als Mitglied einzufügen und einen konstruktiven Beitrag zu Leistung des Gesamtteams zu erbringen.

## **§ 9 Studienverlaufs- und Prüfungsplan**

Die Module, die dazugehörigen Lehrveranstaltungen und deren Semesterzuordnung sowie etwaige Wahlblöcke mit Vertiefungsrichtungen werden im Studienverlaufs- und Prüfungsplan (siehe Anlage) aufgelistet.

## **§ 10 Übergangsregelungen**

(1) Für Studierende, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieser Ordnung an der Fachhochschule Wedel für den Bachelor-Studiengang *E-Commerce* im dritten Fachsemester oder einem höheren Fachsemester eingeschrieben sind, bleibt diese Studienordnung ohne Wirkung.

(2) Studierende, die zum Zeitpunkt des Inkrafttretens dieser Satzung an der Fachhochschule Wedel für den Bachelor-Studiengang *E-Commerce* im ersten oder zweiten Fachsemester eingeschrieben sind, werden mit Inkrafttreten dieser Prüfungsordnung in diese übergeleitet, soweit nachfolgend nichts Abweichendes geregelt ist.

(3) Studierende nach Absatz 2 können innerhalb eines Jahres nach Inkrafttreten dieser Satzung gegenüber dem Prüfungsausschuss erklären, dass sie ihr Studium nach der bis dahin maßgeblichen Fassung der Prüfungsordnung fortsetzen wollen.

(4) Prüfungs- und Studienleistungen, die vor Inkrafttreten dieser Prüfungsordnung erbracht wurden, werden in entsprechender Anwendung der Prüfungsverfahrensordnung anerkannt, sofern kein wesentlicher Unterschied hinsichtlich Inhalt, Umfang und Anforderungen besteht. Die Entscheidung trifft der Prüfungsausschuss.

(5) Für nicht bestandene Prüfungen werden bereits in Anspruch genommene Wiederholungsversuche angerechnet, soweit die zugrunde liegenden Prüfungsleistungen nach Absatz 4 anerkannt werden. Eine Schlechterstellung der Studierenden ist ausgeschlossen.

(6) Für zum Zeitpunkt des Inkrafttretens bereits begonnene Prüfungsverfahren gelten die bisherigen Verfahrens- und Bewertungsregelungen fort, soweit dies zur Wahrung des Vertrauensschutzes erforderlich ist.

(7) Studierende, die ihr Studium nach Inkrafttreten dieser Satzung aufnehmen, studieren nach dieser Prüfungsordnung.

## **§ 11 Inkrafttreten**

Diese Satzung tritt am Tag nach ihrer Bekanntmachung in Kraft.

Wedel, den 24. April 2026



Prof. Dr. Eike Harms  
Präsident der Fachhochschule Wedel

## **Anhang: Studienverlaufs- und Prüfungsplan**





<b>Spalte</b>	<b>Bedeutung</b>
Modul-Nr.	Modulnummer
Modul	Bezeichnung des Moduls
Prfg.-Nr.	Prüfungsfachnummer
Veranstaltung	Bezeichnung der Lehrveranstaltung
ECTS pro Semester	Angabe, in welchem Semester in einer Fachrichtung das Modul mit wie vielen ECTS liegt
Fq.	Frequenz (W = Wintersemester, S = Sommersemester, W+S = jedes Semester)
VE	Veranstaltungseinheit (1 = 75 Minuten / Woche)
Hfgk.	Anzahl Wochen
KoZ	Kontaktzeit
EiZ	Selbststudium
AA	Arbeitsaufwand
Anw.	Anwesenheit
Vorl.	erforderliche Vorleistungen
Art	Prüfungsform (s. Tabelle unten)
Ben.	Benotung (J = Ja, N = Nein)
Vers.	Anzahl der Versuche (* 4. Versuch = mündliche Nachprüfung)
Dauer	Dauer der Prüfung
Vert.	Vertiefungsrichtung
WB	Wahlblockzuordnung
LF.	Veranstaltungsform (s. Tabelle unten)
Mit.	Mitarbeiterkürzel
Sprache V.	Vorlesungssprache (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Sprache M.	Sprache der Unterrichtsmaterialien (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Fachgebiet	Informatik / Integrationsfach / Mathematik / Technik / Wirtschaft / Medien & Kommunikation / Fremdsprachen & Recht

<b>Kürzel</b>	<b>Prüfungsart</b>	<b>Kürzel</b>	<b>Veranstaltungsform</b>
AB	Abnahme	A	Assistenz
AS	Assessment	BC	Bootcamp
AU	Ausland	BR	Betriebliches Praktikum
BP	Begleitprüfung	di	Mehrere Veranstaltungsarten
K1	Klausur + ggf. Bonus	F	Fallstudie
K2	Klausur / Mündliche Prüfung + ggf. Bonus	K	Kolloquium
KL	Klausur	P	Praktikum
KM	Klausur / Mündliche Prüfung	PR	Projekt
KO	Kolloquium	S	Seminar
LA	Laborabschluss	TS	Thesis
LP	Laborprüfung	U	Übung / Praktikum / Planspiel
LT	Lerntagebuch	Y	Veranstaltungen an ausländischer Hochschule
MP	Mündliche Prüfung	V	Vorlesung
PB	Praktikumsbericht	VU	Vorlesung mit integrierter Übung / Workshop / Assigm.
PF	Portfolio-Prüfung	W	Workshop
PFK	Portfolio-Prüfung mit Kompensationsprüfung		
PR	Präsentation / Referat		
PX	Praxisbericht		
SA	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)		
TE	Teilnahme		





<b>Spalte</b>	<b>Bedeutung</b>
Modul-Nr.	Modulnummer
Modul	Bezeichnung des Moduls
Prfg.-Nr.	Prüfungsfachnummer
Veranstaltung	Bezeichnung der Lehrveranstaltung
ECTS pro Semester	Angabe, in welchem Semester in einer Fachrichtung das Modul mit wie vielen ECTS liegt
Fq.	Frequenz (W = Wintersemester, S = Sommersemester, W+S = jedes Semester)
VE	Veranstaltungseinheit (1 = 75 Minuten / Woche)
Hfgk.	Anzahl Wochen
KoZ	Kontaktzeit
EiZ	Selbststudium
AA	Arbeitsaufwand
Anw.	Anwesenheit
Vorl.	erforderliche Vorleistungen
Art	Prüfungsform (s. Tabelle unten)
Ben.	Benotung (J = Ja, N = Nein)
Vers.	Anzahl der Versuche (* 4. Versuch = mündliche Nachprüfung)
Dauer	Dauer der Prüfung
Vert.	Vertiefungsrichtung
WB	Wahlblockzuordnung
LF.	Veranstaltungsform (s. Tabelle unten)
Mit.	Mitarbeiterkürzel
Sprache V.	Vorlesungssprache (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Sprache M.	Sprache der Unterrichtsmaterialien (DE = Deutsch, EN = Englisch)
Fachgebiet	Informatik / Integrationsfach / Mathematik / Technik / Wirtschaft / Medien & Kommunikation / Fremdsprachen & Recht

<b>Kürzel</b>	<b>Prüfungsart</b>	<b>Kürzel</b>	<b>Veranstaltungsform</b>
AB	Abnahme	A	Assistenz
AS	Assessment	BC	Bootcamp
AU	Ausland	BR	Betriebliches Praktikum
BP	Begleitprüfung	di	Mehrere Veranstaltungsarten
K1	Klausur + ggf. Bonus	F	Fallstudie
K2	Klausur / Mündliche Prüfung + ggf. Bonus	K	Kolloquium
KL	Klausur	P	Praktikum
KM	Klausur / Mündliche Prüfung	PR	Projekt
KO	Kolloquium	S	Seminar
LA	Laborabschluss	TS	Thesis
LP	Laborprüfung	U	Übung / Praktikum / Planspiel
LT	Lerntagebuch	Y	Veranstaltungen an ausländischer Hochschule
MP	Mündliche Prüfung	V	Vorlesung
PB	Praktikumsbericht	VU	Vorlesung mit integrierter Übung / Workshop / Assigm.
PF	Portfolio-Prüfung	W	Workshop
PFK	Portfolio-Prüfung mit Kompensationsprüfung		
PR	Präsentation / Referat		
PX	Praxisbericht		
SA	Schriftl. Ausarbeitung (ggf. mit Präsentation)		
TE	Teilnahme		