

Süddeutsche Zeitung, 31.07.1999

Drum prüfe, wer sich bindet

Der Informationstag "MBA – Ausbildung mit Zukunft?" des Münchner Hochschulteams.

"Eine Management-Ausbildung ist für die nachwachsende Generation in den Führungspositionen ein absolutes Muss, wenn wir unsere Stellung im internationalen Wettbewerb weiterhin behaupten oder gar ausbauen wollen", betonte Otto Graf Lambsdorf schon vor zwölf Jahren in seinem Geleitwort zum ersten deutschen MBA-Handbuch. Diese Forderung hat nichts an ihrer Aktualität verloren. Und dennoch: Der MBA ist hierzulande – im Gegensatz zu den USA – umstritten. Das liegt nicht nur an der Borniertheit mancher Unternehmensführer. Kaum eine Woche vergeht, in der nicht ein neuer Anbieter auf den Markt drängt. Die Qualität der Angebote lässt sich kaum noch überprüfen.

Was also tun? Das Hochschulteam des Arbeitsamtes München veranstaltete einen Informationstag zum Thema MBA. Grundsätzlich, so Rupert Rettinger von der Zentralabteilung Personal der Siemens AG, erwarte man heute von den Angestellten nicht mehr nur fachliche Qualifikationen. Soft skills werden immer wichtiger. Doch die lerne man nicht an den deutschen Hochschulen. Aus diesem Grund befürworten Arbeitgeber in der Regel die Weiterbildung zum MBA. Voraussetzung ist jedoch der Ruf der besuchten Schule. Die meisten rekrutieren Absolventen nur von Schulen, deren Programm sie genau kennen.

Doch wie können MBA-Interessenten und Unternehmen sicherstellen, dass sie sich an die richtige Adresse wenden? Seit kurzem gibt es deutsche und europäische guidelines, die eine qualitative Sichtung der Angebote ermöglichen. In der Arbeitsgruppe der europäischen Akkreditierungsorganisation für MBA-Programme Equal (European Quality Link), wurden die Anforderungen an den Master of Business Administration festgelegt: Der MBA sollte demnach eine gestufte Ausbildung sein. Die Bewerber sollten mindestens zwei bis drei Jahre Berufserfahrung vorweisen und eine Eignungsprüfung ablegen. Internationalität, Mehrsprachigkeit, vernetztes Denken und Förderung der soft skills

sollten im Mittelpunkt stehen. Darüber hinaus sollte eine MBA-Ausbildung als Teilzeit- oder Vollzeitprogramm mindestens 400 Stunden umfassen.

In Deutschland schwappen jedes Jahr etwa 2000 MBA-Schüler auf den Arbeitsmarkt, weltweit sind es über 80 000. Angeboten werden etwa 1500 Programme, doch nur ein Drittel ist in irgendeiner Form akkreditiert. Neben Equal gibt in Europa die European Foundation for Management Development (efmd), ein Zusammenschluss verschiedener Organisationen, alljährlich einen Führer über die Programme ihrer Mitglieder heraus. In den USA gilt das Assembly of Collegiate Schools of Business (AACSB) als wichtigstes Akkreditierungsorgan.

Was der Bewerber sonst noch tun kann? Er sollte sich über die harten Fakten informieren: Wie ist die akademische Qualifikation der Professoren? In welchem Zahlenverhältnis stehen sie zu den Studenten? Haben Professoren praktische oder internationale Erfahrungen? Wie renommiert sind die Dozenten? Erfolgt der Unterricht auf Englisch? Gibt es Spezialisierungsangebote nah dem Grundstudium? Werden die Studenten von Tutoren betreut? Legt die Business School wert auf die Förderung von soft- und intercultural skills? Ein Jahr, so die Referenten, muss man sich schon Zeit nehmen. Schließlich kostet ein MBA viel Geld. In Deutschland legt man für einen Master of Business bis zu 50 000 Mark auf den Tisch.

Daniel Freienstein