

Wer steigt da durch?

Es gibt eine Fülle von Management-Studiengängen, die auf bestimmte Branchen zugeschnitten sind

VON KERSTIN SCHNEIDER

Es ist ein Streit um die reine Lehre. Um die reine Lehre des Management-Studiums unter der auch hierzulande gebräuchlichen Bezeichnung Master of Business Administration, kurz MBA. Eigentlich ist das ein akademischer Abschluss in allgemeiner Unternehmensführung. Doch immer häufiger entstehen in Deutschland spezialisierte MBA-Programme, die von dem historisch gewachsenen Kurs abweichen. Statt Wissen über General Management bieten sie auch Spezialkenntnisse an, etwa in der Logistik-, Beratungs- oder Tourismusbranche. Die Puristen in den deutschen Wirtschaftshochschulen, deren Programme nach US-Vorbildern geformt sind, werfen einigen Anbietern Etikettenschwindel vor. So kritisiert Ralf Bürkle, Sprecher der Mannheim Business School, dass diese MBA-Programme oft nur verkappte Aufbaustudiengänge seien, die außerhalb Deutschlands wenig zählen und zur Entfaltung einer internationalen Karriere nicht geeignet seien. Zudem biete der klassische MBA in den Wahlkursen genug Möglichkeiten, sich in einer bestimmten Richtung zu qualifizieren. Auch die europäischen Qualitätssicherer für Management-Programme haben in ihren Richtlinien definiert, dass dem MBA eine generalistische Management-Ausbildung zugrunde liegen müsse.

Tatsächlich ist es für Interessenten schwer, aus der Masse das richtige MBA-Angebot herauszusuchen. Denn die Gründung neuer Spezial-MBAs reißt nicht ab. Das hängt unter anderem mit dem

Umbau der deutschen Hochschullandschaft und der Umstellung auf Bachelor- und Masterprogramme zusammen, die auch beim Master of Business Administration neue Wahlmöglichkeiten eröffnen. Zielgruppe der neuen Programme sind nicht nur die klassischen Management-Quereinsteiger, wie etwa Ingenieure, Juristen oder Geisteswissenschaftler, sondern auch Wirtschaftswissenschaftler, die Kenntnisse in einem Spezialgebiet erwerben wollen.

Die Fachhochschule Neu-Ulm hat zum Beispiel vom Wintersemester an den MBA-Studiengang Strategisches Informationsmanagement im Programm. Ende November startet die Steinbeis-Hochschule Berlin den MBA Handelsmanagement, der auf den Handelssektor zugeschnitten ist. Von Januar an bietet die Universität Augsburg Finanzfachleuten das berufsbegleitende MBA-Programm Corporate Finance and Rating an. Dabei tragen die Spezialprogramme auch dem Trend zur Weiterbildung und zum lebenslangen Lernen Rechnung. So qualifiziert die Steinbeis-Hochschule Mitarbeiter des Unternehmens Siemens jetzt in einem neuen General-MBA Siemens.

Doch nicht nur in Deutschland werden neue Wege in der MBA-Ausbildung eingeschlagen. Weltweit werde der amerikanischen MBA-Tradition, die darauf setzt, Interessenten mit Erststudium und Berufserfahrung Management-Wissen zu vermitteln und sie für die Unternehmensführung zu qualifizieren, eine eigene Kultur entgegengesetzt, erklärt Hans-

WAS IST EIN MBA?

Ein MBA (Master of Business Administration) ist eine spezielle Art von **MANAGEMENT-QUALIFIKATION**, die in Amerika sehr verbreitet ist und hierzulande langsam an Boden gewinnt. Die Grundidee besteht darin, Spezialisten (zum Beispiel Ingenieuren, Juristen oder Mediziner) mit Berufserfahrung das nötige Handwerkszeug in Unternehmensführung zu vermitteln. Der MBA ist praxisorientierter als etwa ein Aufbaustudium in Betriebswirtschaft. Typische Studienformen sind Fallstudien und Projektarbeiten. Es gibt ein- bis zweijährige Vollzeitprogramme und Teilzeitprogramme für Berufstätige. Über die Qualität wachen weltweit tätige Akkreditierungsgesellschaften. Das höchste Ansehen genießen das amerikanische AACBS- und das europäische EQUIS-Siegel. Die deutschen Akkreditierungsagenturen wie ACQUIN oder ZEVA achten lediglich darauf, ob die Mindeststandards eingehalten werden, die zur Genehmigung eines Masterstudiengangs nötig sind.

Ausführliche Informationen rund um das Thema MBA finden Sie im Internet:
www.zeit.de/campus/schwerpunkt/mba/index

Jürgen Brackmann, der Geschäftsführer der Akkreditierungsagentur Fibaa, die sich auf wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge spezialisiert hat. »Der Markt ist gut besetzt«, sagt er. »Viele Anbieter versuchen, sich durch einen besonderen MBA-Titel abzusetzen.« Der Fibaa-Experte ist nicht generell gegen eine Teilspezialisierung. Die Management-Ausbildung könne exemplarisch an bestimmten Branchen festgemacht werden.

✕ Allgemeines und spezielles Wirtschaftswissen ist auch für Petra Wieczorek kein Widerspruch; sie ist Geschäftsführerin des Institute of Management Berlin an der dortigen Fachhochschule für Wirtschaft. Ihr MBA Health Care Management vermittelt den Studierenden das gleiche Rüstzeug wie ein generalistischer MBA. Die Fallstudien seien jedoch auf Mediziner zugeschnitten, die ihre Karriere in der Gesundheitsbranche weiterentwickeln und Führungsaufgaben übernehmen wollen. Für Studierende, die später in der Medizinbranche arbeiten wollen, sei es besser, Krankenhäuser statt Telekommunikationsunternehmen zu besuchen.

In der Auseinandersetzung um die Qualität spezialisierter MBA-Programme kritisiert Thomas Bartscher, Leiter des Deggendorf Institute of Management & Technology, die Puristen. Die Fachhochschule Deggendorf bietet beide MBA-Formen an. »Es kann nicht sein, dass die klassischen Business Schools definieren, was gut ist. Diese ideologische Auseinandersetzung ist nicht an den Inhalten und der Praxis orientiert«, sagt Bartscher. Er spricht von einem Ein-

heitsangebot der Business Schools, der am Bedarf vorbeigehe. Schließlich seien die speziellen Themen attraktiv geworden, weil die Inhalte der General-Management-MBAs nicht von allen gebraucht würden. Viele hätten in den Programmen die Orientierung auf bestimmte Berufsbilder vermisst.

Beide MBA-Richtungen hätten ihre Daseinsberechtigung, sagt auch Birgit Giesen. Sie ist Geschäftsführerin des Staufenberg Instituts, das jedes Jahr eine aktuelle Übersicht der etwa 230 MBA-Programme im deutschsprachigen Raum herausgibt. In einer neuen, noch unveröffentlichten Staufenberg-Studie, die den Markt unter die Lupe nimmt, wird deutlich, dass 29 Prozent aller deutschen Programme General Management zum Thema haben. Bei den Spezialprogrammen stehen die Health-Care-MBA-Programme mit knapp acht Prozent an oberster Stelle, rund fünf Prozent der Programme haben Technologie zum Schwerpunkt, rund sechs Prozent »Entrepreneurship«.

Die unklare Ausrichtung des deutschen MBA-Markts schiebt den Interessenten den schwarzen Peter zu. »Potenzielle Kandidaten müssten herausfinden, ob das Programm zu ihren persönlichen Zielen passt«, sagt Birgit Giesen. Das heißt: sich genau anschauen, welche MBA-Studenten an einem Programm teilnehmen, welche Kontakte es bei den Spezial-MBAs zu Unternehmen und Forschungsinstituten gibt und in welchen Positionen die Absolventen nach der Ausbildung zu finden sind.