

# **Die Zeit – Campus : Keine Blutwurst ohne BWL**

Die Zeit, Hamburg, Germany  
Die Zeit, Hamburg, Germany

# DIE ZEIT

Keine Blutwurst ohne BWL

Auch potenzielle Existenzgründer könnten von berufsbegleitenden MBA-Programmen profitieren, allen voran bei der Umsetzung ihrer Geschäftsideen. Doch noch gibt es kaum geeignete Angebote.

Von Kerstin Schneider

In Frankfurt an der Oder lebt ein erfolgreicher Geschäftsgründer aus der Medizin-Branche. Vor Jahren ging er abends immer über die Oder-Brücke zum berufsbegleitenden MBA-Programm der Viadrina Universität, das im polnischen Slubice standort. Still und heimlich ging er, so dass keiner seiner Angehörigen und Mitarbeiter das Nebenbei-Studieren registrierte. Erst als er den MBA-Titel in der Tasche hatte, gab er zu, dass er sich nebenbei weitergebildet hatte.

So wie diesem Ostdeutschen geht es vielen Existenzgründern. Sie haben eine durchaus pfiffige, zukunftssträchtige Geschäftsidee, doch von Management oder Betriebswirtschaft leider keine Ahnung. Viele scheitern, weil sie ein Unternehmen nicht tragfähig führen oder keinen geeigneten Partner mit Geschäftsführungsqualitäten finden können.

Abhilfe könnte dabei ein MBA-Studium leisten. Mittlerweile gibt es sogar einige spezielle MBA-Programme, in denen die Vorbereitung aufs eigene Unternehmen neben der Vermittlung klassischer Managementmethoden im Mittelpunkt steht.

Diese Programme sollten jedoch Theorie und Praxis der Unternehmensgründung verbinden. So betont Günter Faltin, Professor für Entrepreneurship der FU Berlin, "Gründen hat mit mehr als nur dem Einüben von Betriebswirtschaft zu tun". Auch Matthias Raith, Leiter des Zentrums für Entrepreneurship an der Universität Magdeburg, merkt an, dass MBA-Programme für Gründer nur funktionieren, wenn sie die Teilnehmer durch einen methodischen Prozess unterstützen: "Die Idee muss Schritt für Schritt analytisch begleitet werden und zwar so lange, bis am Ende ein bankreifer Businessplan steht. Es geht nicht darum, den Begriff Entrepreneurship nur akademisch zu vermitteln."

In Deutschland gibt es etwa 50 Professoren für Entrepreneurship. Der Begriff wird dabei für Unternehmertum, unternehmerische Einstellung wie auch Existenzgründung verwendet. Doch auch wenn die deutschen Hochschulen inzwischen mehr für potentielle Firmenchefs tun – es gibt an etwa 65 Hochschulen Veranstaltungen für zukünftige Gründer – nehmen die berufsbegleitenden MBA-Angebote für Existenzgründer nur einen geringen Teil ein. Und das, obwohl solche Weiterbildungsangebote auch Entwicklungschancen für ältere Arbeitnehmer bieten, etwa für Ingenieure.

"Mit dem MBA kann man sich auf eine neue Karriere vorbereiten und/ oder eine eigene Geschäftsidee entwickeln", sagt der Gründungsspezialist Raith. Er plant, am Magdeburger Gründerzentrum ein eigenes MBA-Angebot einzurichten, um berufstätige Existenzgründer zu fördern, die entweder ihre eigene Businessidee zum Laufen bekommen wollen oder schon ein eigenes Unternehmen gegründet haben, aber dafür noch fachmännische Unterstützung brauchen.

Die Technische Universität München (TUM) ist da schon weiter. Im Mai startet ein neues Entrepreneur-Programm. Partner des *Executive MBA in Innovation & Business Creation* sind neben der TUM Business School auch die Handelshochschule Leipzig und die UnternehmerTUM GmbH, die seit 2002 das unternehmerische Denken und Handeln der Studierenden und Wissenschaftler an der TUM fördern soll.

Das neue MBA-Programm wendet sich an potentielle Unternehmerpersönlichkeiten, die schon mitten im Beruf stehen und neue Geschäftsfelder erschließen wollen, erklärt Programmleiter Martin Zißler. Die

## Die Zeit – Campus : Keine Blutwurst ohne BWL

Teilnehmer bringen entweder ihre eigene Geschäftsidee ein oder sie sind in einem Konzern an der Umgestaltung eines Geschäftsbereichs beteiligt. Die dritte Gruppe besteht aus Leuten, die es sich vorstellen können, Geschäftsführer bei einem Start Up–Unternehmen zu werden, aber noch nach dem richtigen Partner suchen. Aber auch die Chefs bereits gegründeter junger Unternehmen, die noch einen zusätzlichen Push und betriebswirtschaftliches Wissen benötigen, können aufgenommen werden.

Der neue MBA orientiert sich an den Programmen von amerikanischen Gründerschmieden wie dem Lester Center for Entrepreneurship & Innovation in Berkeley, in der die Business–Ideen der Teilnehmer durch intensive methodische Betreuung vorangebracht werden. So soll es auch in München sein. "Wir bieten eine Roadmap für Gründer an", sagt Zißler. Jeder Teilnehmer müsse sich darüber klar werden, wie seine Geschäftsidee in die Welt passe. Neben dem klassischen Managementwissen, das die Studenten über Kurse der HHL Leipzig erwerben, werden sie mit ihrer Businessidee in einem systematischen Innovationsprozess begleitet, auch um das Risiko des Scheiterns zu minimieren.

Die Kosten für den MBA betragen 28 000 Euro. Die Teilnehmer für die 20 Plätze müssen drei bis fünf Jahre Berufserfahrung mitbringen. Ob das ambitionierte Konzept aufgeht, wird sich in einem Jahr zeigen, wenn die ersten MBA–Absolventen ihren Abschluss gemacht haben.

Ebenfalls in diese MBA–Richtung gehen die Fachhochschule Aachen und das Institute of Management Berlin (IMB) der Fachhochschule für Wirtschaft, wo potentielle oder bereits tatsächliche Existenzgründer ein MBA–Programm für Entrepreneurship absolvieren können. Der Direktor des IMB, Professor Sven Ripsas betont, dass die Teilnehmer des MBA Entrepreneurship vor allem Rüstzeug für ihre Unternehmensgründungen lernen. Und zwar in möglichst vielen Kursen. Die Idee vom Unternehmertum durchzieht das gesamte Studium. So kann man im Marketingkurs Konzepte für das eigene Business entwickeln, man kann erste Kunden evaluieren und sich einen Marktüberblick erarbeiten. Diese Bausteine fließen dann in den Business Development Kurs ein, wo man die eigene Businessidee ausarbeiten kann.

Auch Führungskräfte, die Innovations–, Wachstums– und Professionalisierungsprozesse in ihren Unternehmen etablieren möchten, nehmen an dem MBA–Programm teil. Viele von ihnen stammen aus dem Mittelstand. In einer engen Zusammenarbeit mit dem Berliner Gründerzentrum Adlershof lernen die Teilnehmer außerdem im Studium Start up–Firmen kennen.

In jedem Kurs entstehen etwa zwei innovative Geschäftskonzepte. So hat ein Teilnehmer Audioguides für Touristen in europäischen Großstädten entwickelt. Ein anderes Beispiel, wie Firmen durch MBA–Absolventen neue Impulse bekommen, ist Mathias Helferts Einsatz für die Blutwurst. Auch wenn er kein eigenes Unternehmen gegründet hat, ist er inzwischen zum Unternehmer geworden.

Helfert absolvierte vor vier Jahren seinen Entrepreneur–MBA an der Berliner Business School. Als er sich fragte, für welche Firma er denn gerne ein Marketingkonzept entwickeln würde, wählte der NTV–Journalist die Metzgerei um die Ecke, "bei der ich immer mittags essen ging". Und weil Jungmetzger Marcus Benser Inhaber einer der besten deutschen Fleischereien ist und zudem als Meister der Blutwurst gilt, gab es dort auch hervorragende Produkte, für die sich der Einsatz lohnt. Das gilt übrigens für beide Seiten: Helfert brachte den in Frankreich als Blutwurstritter geadelten Metzgermeister in die Schlagzeichen und befürwortete die Umbenennung der Metzgerei in "Blutwurstmanufaktur". Seinen Job beim Fernsehen hängte Helfert schließlich an den Nagel und ist seit einem Jahr geschäftsführender Gesellschafter der Metzgerei. Er hat einen Onlineversand aufgebaut, der 15 Prozent mehr Umsatz brachte; 18 Mitarbeiter sind mittlerweile in Neukölln beschäftigt.

Das unternehmerische Denken und die Fähigkeit, sein Augenmerk auf Kunden, Produkte und Dienstleistungen zu lenken, hat Helfert während des MBA–Programmes gelernt. Die Kontakte zur FH helfen dem kleinen Unternehmen noch heute: Ein internationales Team aus zwei Amerikanern der Barton School of Business der Wichita State University und zwei deutsche Studenten entwickeln zur Zeit ein Geschäftskonzept, wie die Blutwurst im Glas auch ins Ausland exportiert werden kann.

