



Hinter einem MBA-Abschluss stand einst der Anspruch, Teilnehmern ein generalistisches Managementwissen zu vermitteln. Inzwischen ist das nicht mehr immer so. Zahlreiche Programme haben sich auf bestimmte Branchen spezialisiert. Dazu zählen auch auf die Banken- und Versicherungsbranche ausgerichtete Programme.

Von **Christoph Berger**

Ahoi, MBA

Leichter als es einem die London School of Business and Finance macht, geht es momentan wohl kaum: Über die Facebook-App LSBF Global MBA stellt die Business School Hunderte Lehrstunden frei zur Verfügung. Darin integriert sind Fallstudien, Diskussionsforen, Videokurse und Vorlesungen von Dozenten aus der ganzen Welt. Studiert werden kann von jedem Ort aus, sofern ein Internetzugang vorhanden ist. Es gibt keine zeitlichen Vorgaben, und auch die Reihenfolge der Kurse ist nicht festgelegt. Die Business School will mit diesem Angebot Barrieren bei Interessierten abbauen, frei nach dem Motto: „Try before you buy“. Und sie will Studierende für sich gewinnen. Denn auch wenn die Lehrmaterialien frei sind: Die Zulassung zur Prüfung kostet schließlich doch Gebühren. Ebenso müssen die formalen Kriterien – ein erster Studienabschluss und Berufserfahrung – erfüllt sein. Allerdings wissen Studierende bei der Anmeldung dann längst, worauf sie sich eingelassen haben. Es wundert daher nicht, dass das Konzept angenommen wird: Bereits nach einem Jahr nutzen 30.000 Anwender das Angebot aktiv.

Der Master of Business Administration, kurz MBA, soll Absolventen befähigen, führende Managementaufgaben erfolgreich zu meistern. Während es bei seiner Entwicklung um einen generalistischen Ansatz ging, in dem alle Managementbereiche gelehrt wurden, hat sich dieser Gedanke inzwischen gelockert. Immer mehr Programme sind auf bestimmte Branchen oder gewisse Themen spezialisiert. Dies liegt sicher auch an der Fülle der Angebote: Im deutschsprachigen Raum gibt es etwa 400 MBA-Angebote, weltweit über 10.000 Programme. Mit dem Abschluss in der Tasche erhoffen sich die Absolventen Fachwissen, das ihnen den Aufstieg die Hierarchiestufen hinauf erleichtert. Daher ist diese Form der Weiterbildung so gefragt. Laut der Umfrage „Management-Weiterbildung: Was High Potentials wirklich wollen“, durchgeführt von der Universität Mannheim, ist das Interesse an Management-Weiterbildungen groß. Insbesondere Berufseinsteiger planen sie schon in den ersten fünf Jahren nach ihrem Studienabschluss ein.

Um bei den vielen Auswahlmöglichkeiten die richtige Wahl zu treffen, sollten Interessierte außer auf die inhaltliche Ausrichtung auch auf eine vorhandene Akkreditierung des ausgesuchten Studiengangs achten. Die fungiert als Qualitätsmerkmal und garantiert einen definierten Standard – sowie die internati-



onale Vergleichbarkeit. Vergeben wird sie von nationalen und internationalen Agenturen. Sucht man allerdings deutsche Business School mit internationaler Akkreditierung, schrumpft die Auswahl erheblich. Laut dem Online-Portal MBA-Guide sind von den 130 Anbietern in Deutschland mit ihren 280 MBA-Angeboten nur zehn Hochschulen international akkreditiert. Dazu zählen beispielsweise die Handelshochschule Leipzig (HHL), die School of Business and Economics der RWTH Aachen, die Business School der Universität Mannheim und der Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Johann Wolfgang Goethe-Universität in Frankfurt am Main. Besser sieht es auf nationaler Ebene aus: Etwa 70 Prozent aller deutschen MBA-Studiengänge sind da bereits akkreditiert beziehungsweise durchlaufen momentan den Anerkennungsprozess.

Auch in den unterschiedlichen MBA-Rankings der internationalen Wirtschaftszeitungen sind deutsche Business Schools bisher selten zu finden. Dies hat jedoch formale Gründe. Entweder fehlt ihnen die bereits erwähnte internationale Akkreditierung oder aber ihre Teilnehmerzahl ist zu gering, um überhaupt betrachtet zu werden. Denn qualitativ mithalten können die deutschen Angebote, wenn sie auch nicht die ganz großen Namen haben, allemal.

MBA-Banking, MBA-Finance, MBA-Versicherungswesen oder MBA-Insurance: So heißen Angebote für die Banken- und Versicherungsbranche. Am House of Finance der Goethe-Universität Frankfurt wird zum Beispiel der Executive Master of Finance and Accounting angeboten. Es handelt sich bei ihm um einen berufs begleitenden Studiengang, der gemeinsam von der Goethe Business School und der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG entwickelt wurde. Nach eigener Aussage werden darin Managementkompetenzen für eine Karriere im Finanz- und Rechnungswesen vermittelt.

Im Kommen sind zudem Programme, die mit Abschlüssen zweier Hochschulen enden. Sie tragen dem Gedanken eines internationalen Abschlusses noch einmal in ganz besonderer Weise Rechnung. Das Institut of International Education und die Freie Universität Berlin haben in ihrem Report „Joint and Double Degree Programs in the Global Context“ herausgefunden, dass bereits zwei Drittel der Business Schools derartige Studiengänge anbieten. Denn dies ist ein weiterer Vorteil eines MBA: Er bereitet auf eine internationale Karriere vor.



DIE ENTSCHEIDUNGSKRITERIEN

Die zeitliche Strukturierung ist das Hauptentscheidungskriterium für oder gegen ein MBA-Programm – 42 Prozent halten diesen Aspekt für sehr wichtig, 40 Prozent für wichtig. An zweiter Stelle steht die Akkreditierung des Studiengangs (41 Prozent sehr wichtig, 31 Prozent wichtig). Es folgt die Programmdauer (29 Prozent sehr wichtig, 41 Prozent wichtig) und die Platzierung des Programms bei Rankings (16 Prozent sehr wichtig, 27 Prozent wichtig).

Quelle: MBA Studie 2010 – Trendbarometer Executive Education von Swop

