

Die neue Unübersichtlichkeit

Bologna und die Folgen für den MBA

// Kerstin Schneider // Journalistin // kerstinschneider@t-online.de //

Die Bologna-Reform hat in der Managementausbildung mehr Möglichkeiten geschaffen – für die Bewerber wie für die Business Schools und Hochschulen. Neben die zahlreichen MBA-Programme, von denen es über 230 in Deutschland gibt, treten jetzt Hochschulabschlüsse wie der Master of Science in Management oder spezialisierte Master, die sich Fachrichtungen wie Steuern oder Marketing widmen. Doch die bunte Vielfalt wirft Fragen auf: Wie grenzen sich diese Programme voneinander ab? Welche Karrieren werden mit welchem Studium unterstützt? Und wie erhalten Bewerber Entscheidungshilfen?

Viele Business Schools und Hochschulen haben ihr Portfolio erweitert oder ergänzt, andere ihre Vermarktungsstrategien geändert. „Alles steht und fällt mit dem klaren Profil der Hochschule“, sagt Torsten Wulf, akademischer Direktor der MBA-Programme an der Handelshochschule Leipzig (HHL). Zwei Beispiele: Die Mannheim Business School setzt neben den MBA-Programmen auch auf einen spezialisierten Executive Master in Accounting and Taxation. Die HHL dagegen verzichtet auf Spezialangebote und konzentriert sich auf die klassische Managementausbildung. Wulf betont, dass es bei Curricula und Zielgruppen eine klare Angrenzung zwischen Master und MBA geben muss, denn sonst „kannibalisieren sich die Programme“.

Einige Faustregeln gibt es: Der General-Management-MBA wendet sich als klassisches Managementaufbaustudium an Leute mit mehreren Jahren Berufserfahrung, die praxisnah studieren wollen, eine Führungsposition anstreben – und Wert auf den Austausch mit ihren Mitstudenten legen. Zielgruppe sind in erster Linie Interessenten, die keinen wirtschaftswissenschaftlichen Background mitbringen – obwohl beispielsweise an der HHL in Leipzig ca. 20 Prozent der Studierenden des Vollzeit-MBAs

ein wirtschaftswissenschaftliches Erststudium vorweisen können. An Business Schools wie in Mannheim, Leipzig und der EBS in Oestrich-Winkel ist der Vollzeit-MBA zudem sehr international ausgerichtet, die Executive-MBAs meist regionaler. Der Karrieresprung steht an erster Stelle.

Zielgruppe der spezialisierten Master-Programme sind dagegen nicht die klassischen Management-Quereinsteiger, sondern Wirtschaftswissenschaftler mit volks- oder betriebswissenschaftlichem Studium, die Kenntnisse in einem Gebiet erwerben oder vertiefen wollen, um ihre Aussichten in der Branche zu verbessern. Bei den spezialisierten MBAs sind es häufig Ingenieure, Naturwissenschaftler oder Mediziner, die in ihren Funktionen Managementwissen brauchen. Für Experten aus dem Gesundheitswesen existieren zahlreiche MBA-Programme. An IT-Spezialisten wendet sich etwa der MBA IT Management der Hochschule Ingolstadt.

Nicht immer sind Beratung, Marketing und Curricula bei den Master- und MBA-Angeboten für diese Zielgruppen eindeutig voneinander abgegrenzt – schwer zu vergleichen sind auch die Studiengebühren, die stark von Hochschule zu Hochschule differieren. Sabine Weinheimer-Hoepermans von der Goethe Business School in Frankfurt sieht durchaus eine Verwässerung der Marke MBA durch die Vielfalt der Programme, vor allem durch die Einführung von MBA- oder Master-Programmen, die allgemeines Managementwissen zugunsten von Spezialisierungen zurückdrängen. „Das macht den Markt intransparent“, sagt die MBA-Spezialistin.

Auch HHL-Professor Torsten Wulf ist skeptisch gegenüber einigen spezialisierten Studienangeboten zum Thema Marketing, Finance oder Gesundheitswesen, auch weil sich die Absolventen sehr früh auf einen Bereich festlegen. Viele

der spezialisierten Master würden am Markt vorbei nach den Vorlieben und dem Forschungsgebiet der Professoren konzipiert. Das liegt auch daran, so Wulf, dass Bologna den Druck auf die Hochschulen erhöht, stärker als bisher in die Weiterbildung zu intensivieren.

Rolf Tilmes, Dekan und Geschäftsführer der European Business School (EBS) in Oestrich-Winkel, ist sich sicher, dass sich der „Markt weiter ausdifferenzieren wird“. Die EBS arbeitet stark an Zielgruppen orientiert, bietet ein klassisches MBA-Vollzeitstudium, aber auch spezielle Executive-Master- und MBA-Programme an. „Ich kann mir vorstellen, dass wir noch mehr Parttime-Produkte bekommen werden“, sagt Tilmes. Viele Bewerber wollen zum Beispiel ins Marketing und überlegten sich, wo sie ein gutes Studienangebot erhalten, das ihre Chancen im Arbeitsmarkt erhöht. Aber auch der akademische Leiter der EBS räumt ein: „Sobald ich die Spezialisierung beim Master oder MBA erklären muss, wird es schwierig.“ Wichtig sei für die Business-Schulen daher die Orientierung am Markt und auch die Kooperation mit Unternehmen. So bietet die EBS etwa einen Master of Automotive Management an. Dabei, so Tilmes, unterscheide sich die Vermarktungsstrategie der verschiedenen Studienangebote grundsätzlich: Das Recruiting für den MBA läuft auf internationaler Ebene, während die EBS bei den Masterprogrammen auf den Studienmessen vertreten ist.

Für die Hochschulen hat die unterschiedliche Ausprägung der Programme schon jetzt eine direkte Auswirkung: „Der Beratungsbedarf ist wesentlich größer geworden“, sagt Petra Wiczorek, Geschäftsführerin des Institute of Management Berlin (IMB) der Hochschule für Wirtschaft und Recht. Bewerber müssen sich sehr genau entscheiden, welchen Karriereweg sie einschlagen. Laufbahnen sind schwerer planbar.

MBA-Programme gelten noch als flexibler, häufig werden berufsbegleitende Programme angeboten. Sie lassen sich oft auch in Fernstudien mit nur geringen Präsenzphasen absolvieren. Doch die Masterstudiengänge holen auf. Die Anfragen nach berufsbegleitenden Programmen steigen – auch von Bachelor-Absolventen mit dem Erststudium Politikwissenschaften oder Soziologie, die Managementwissen aufbauen wollen, wie Rolf Tilmes erklärt. Darauf reagieren die Hochschulen. Die HHL Leipzig plant einen Teilzeit-Master in Management, der berufsbegleitend angeboten wird. Und in Kooperation mit Unternehmen aus der Beratungs- und Bankenbranche soll an der Goethe Business School ein berufsbegleitender Masterstudiengang für Banking und Consulting eingerichtet werden. //