

## Informationen über Management-Weiterbildung

**Herausgeber und Chefredaktion:** Bärbel Schwertfeger (V.i.S.d.P.), Bellinzonastraße 7, 81475 München, Tel. +49 (0)89 7555360, [bschwertfeger@mba-journal.de](mailto:bschwertfeger@mba-journal.de)  
**Anzeigen:** [anzeigen@mba-journal.de](mailto:anzeigen@mba-journal.de)  
**Bildnachweis:** Soweit nicht anders angegeben © bei den Schulen oder Anbietern

## MBA News

### GMAC-Studie: MBA weiter hoch im Kurs

Vier von fünf Studieninteressenten weltweit sind weiter der Meinung, dass ein betriebswirtschaftlicher Hochschulabschluss dazu beiträgt, sich im Job an anderen abzuheben. Am meisten sind davon Kandidaten aus Indien und den USA überzeugt. Das zeigt die Umfrage „GMAC Prospective Students Survey“ des Graduate Management Admission Council (GMAC), das auch den Zulassungstest GMAT verwaltet.

Dabei bleibt der Vollzeit-MBA die beliebteste Studienform. 43 Prozent der angehenden Studenten wollen ihren MBA in einem Vollzeit-Format erwerben, entweder in einem zweijährigen (22 Prozent) oder einem einjährigen (21 Prozent) Studiengang.

Bei den Befragten aus den USA, die in den USA studieren wollen, ist die Präferenz für ein einjähriges MBA-Programm von 2019 bis 2021 von 15 auf 19 Prozent gestiegen. Von den Kandidaten, die ihr Studium in Westeuropa absolvieren wollen, bevorzugten 22 Prozent einen einjährigen Vollzeit-MBA, gefolgt vom Master of Finance (13 Prozent) und Master in Management (11 Prozent).

Gleichzeitig ist das Interesse an hybriden Angeboten gestiegen. Insgesamt bevorzugten 20 Prozent der befragten Kandidaten hybride Programme, vor der Pandemie waren es 14 Prozent. Ein Anstieg ist in allen Bewerbersegmenten zu verzeichnen. Beim Professional MBA sind es 44 Prozent, beim Vollzeit-MBA 13 Prozent. Allerdings glauben fast drei von vier der Befragten (73 Prozent), dass Online-Studiengänge nicht den gleichen Wert bieten wie Präsenzstudiengänge.

Fast vier von fünf Befragten sind nicht der Meinung, dass die Networking-Möglichkeiten bei einem Online-MBA gleichwertig sind, und zwei von drei Befragten halten die

Karrieremöglichkeiten für nicht gleichwertig. Diese negativen Ansichten haben sich jedoch zwischen 2020 und 2021 leicht abgeschwächt.

Für Interessenten an einem Vollzeit-MBA sind die wichtigsten Bereiche, in denen sie ihre Fähigkeiten entwickeln möchten, Problemlösungskompetenz (76 Prozent), das Management von Human Capital (71 Prozent) und die Datenanalyse und Dateninterpretation (69 Prozent).

Westeuropa und die USA sind mit jeweils 39 Prozent weiter die beliebtesten Studienziele. Kanada liegt mit 14 Prozent auf Platz 3. Interessenten aus Zentral- und Südasien sind jedoch weniger mobil. So bevorzugten nur noch 73 Prozent ein internationales Studium. 2019 waren es noch 89 Prozent.

Das Interesse an Jobs im Technologiebereich ist seit 2019 global von 34 auf 37 Prozent gestiegen. Das gilt vor allem für Studieninteressenten (49 Prozent), die keinen Undergraduate-Abschluss in Business haben. Die Hälfte der Interessenten für Jobs im Technologiebereich sind daher Karrierewechsler. Der Frauenanteil liegt bei 32 Prozent

32 Prozent der Kandidaten wollen mit dem Wirtschaftsstudium ihre Karriere wechseln. Vor der Pandemie waren es ebenfalls 32 Prozent. Bei den Amerikanern liegt der Anteil mit 42 Prozent deutlich höher, hat sich aber durch die Pandemie nicht signifikant verändert.

Die für Karrierewechsler interessantesten Branchen sind Products&Services (58 Prozent), Consulting (54 Prozent) und Technologie (50 Prozent). Die beliebtesten Jobfunktion ist - wie bereits vor der Pandemie - Berater mit 77 Prozent.

Global wollen 24 Prozent der weiblichen Befragten und 31 Prozent der männlichen Befragten CEO eines Unternehmens werden. Deutlich höher ist der Anteil bei den Frauen

## EDITORIAL

### Skepsis bleibt



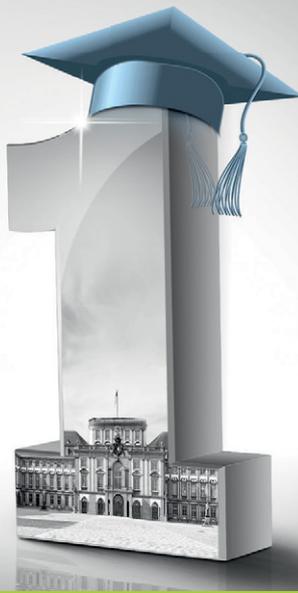
Die Corona-Pandemie verhalf dem Online-MBA zu einem enormen Aufschwung, vor allem in den USA. So wurden im letzten Ranking von *U.S. News & World Report* 358 Online-MBAs in den USA gerankt. Doch die Studieninteressenten bleiben skeptisch und halten vor allem die Möglichkeiten zum Aufbau von Netzwerken und die Karrierechancen für geringer als beim Präsenzstudium. Das bleibt daher die beliebteste Studienform. Allerdings ist das Interesse an hybriden Angeboten, die Präsenz- und Online-Phasen kombinieren, gestiegen. Und dass sich ein Abschluss lohnt und die Karrierechancen verbessert, bezweifelt nur einer von fünf Befragten. Trotz der hohen Studiengebühren glauben weltweit nur 42 Prozent, dass die Kosten zu hoch sind. In den USA, wo die MBAs am teuersten sind und bei einem zweijährigen MBA-Programm über 150.000 Dollar liegen können, sind es nur 35 Prozent. Ganz anders ist es in Deutschland, wo hohe Studiengebühren besonders kritisch gesehen werden. Das zeigte sich vor kurzem auch wieder bei einem Spiegel-Interview mit einem Vertreter der Mannheim Business School, einer der führenden deutschen Schulen. Ein MBA sei teuer und garantiere nicht mal eine Führungsposition, fragte die Journalistin. Das ist insofern bemerkenswert als die Zahl der Studierenden, die für ihren Masterabschluss an einer der deutschen Privathochschulen stolze Preise zahlen, erheblich gestiegen ist. Und die können in der Regel bei weitem nicht mit einer guten internationalen Business School mithalten. Besonders erschreckend waren jedoch die Leserkommentare zu dem MBA-Interview. Da wird der MBA als Jodeldiplom verunglimpft, das mit einem deutschen BWL-Studium nicht mithalten kann. Das zeigt vor allem eins: Der MBA ist in Deutschland noch immer nicht angekommen. Was ein gutes MBA-Studium für die weitere Karriere und die persönliche Entwicklung bewirken kann, scheint vielen unbekannt. So ist es auch kein Wunder, dass für viele deutsche MBA-Interessenten zwei Kriterien zählen: Das MBA-Studium darf möglichst wenig kosten und sollte mit möglichst geringem Aufwand absolviert werden können. So bleibt Deutschland auch weiter ein Eldorado für Schmalspur-MBAs.

Bärbel Schwertfeger



# One of a kind!

**You will hardly find a better place at which to unlock your full potential. Study at Germany's leading business school and experience research and teaching at the highest international level.**



## We offer you programs for all career stages:

- Mannheim MBA (Full- or Part-Time)
- Mannheim Executive MBA
- ESSEC & MANNHEIM Executive MBA
- Master in Management Analytics (Full- or Part-Time)
- Mannheim Master in Sustainability and Impact Management
- Mannheim Master of Accounting & Taxation
- Mannheim Master of Applied Data Science & Measurement (Online)



**MANNHEIM**  
BUSINESS SCHOOL

[www.mannheim-business-school.com](http://www.mannheim-business-school.com)

oder AACSB-Gütesiegel ist auch Voraussetzung dafür, an den relevanten Rankings teilnehmen zu können.

[www.efmdglobal.org](http://www.efmdglobal.org)

### Georgetown mit neuem MBA-Zertifikat in Global Real Estate

Aufgrund des wachsenden Interesses am globalen Immobilienmarkt führt die McDonough School of Business an der Georgetown University in Washington D.C. in ihrem MBA-Programm ein neues MBA-Zertifikat in Global Real Estate ein. Es basiert auf den Angeboten des Steers Center for Global Real Estate der Business School. Das Zertifikat steht sowohl Vollzeit- als auch Flex-MBA-Studenten offen. Es soll ihnen die Erfahrungen und Fähigkeiten vermitteln, die sie benötigen, um in der Immobilienbranche konkurrenzfähig zu sein. Die Entwicklung des Zertifikats basiert auf den Rückmeldungen von Studenten, Alumni und Immobilienfachleuten. Dabei profitiert sie Schule auch von ihrer Lage in der Stadt Washington, D.C.. „Wir freuen uns sehr über die Zusammenarbeit mit dem Steers Center, um unseren MBA-Studenten diesen vertieften Fokus auf Immobilien anzubieten“, sagt Prashant Malaviya, Senior Associate Dean des MBA-Programms. „Wir beobachten ein wachsendes Interesse unserer Studenten an einer Karriere in der Immobilienbranche sowie den Wunsch, sich im Rahmen ihres Studiums auf ökologische, soziale und Governance-Themen zu konzentrieren.“

Das MBA-Zertifikat in Global Real Estate umfasst 7,5 Credits aus MBA-Wahlkursen. Alle Studenten belegen den Kurs „Real Estate Private Equity“ und wählen dann drei weitere Kurse aus. Für das Zertifikat sind außerdem 1,5 Credits aus einer Reihe von Kursen in den Bereichen Unternehmensfinanzierung und Risikokapital, Bewertung, Finanzanalyse und -modellierung oder Verhandlungen erforderlich.

Wer das Zertifikat erfolgreich absolviert hat, erhält einen entsprechenden Vermerk in seinem offiziellen Universitätszeugnis sowie eine Abschlussbescheinigung.

Die McDonough School of Business an der Georgetown University gehört zu den führenden US-Schulen. Ihr Vollzeit-MBA belegte 2022 im Global MBA Ranking der Financial Times Platz 27.

[msb.georgetown.edu](http://msb.georgetown.edu)

in Zentral- und Südasiens mit 34 Prozent. In Mexiko, der Karibik und Lateinamerika geben 30 Prozent der Frauen dieses Ziel an. Für die Studie wurden 6.594 Personen in 156 Ländern weltweit befragt, die 2021 Interesse an einem Wirtschaftsstudium bekundet haben. Mit 1.749 kommen die meisten aus Zentral- und Südasiens, wobei die Staatsangehörigkeit und nicht der Wohnort zählt. 1.075 sind Amerikaner und 963 kommen aus Westeuropa.

[www.gmac.com](http://www.gmac.com)

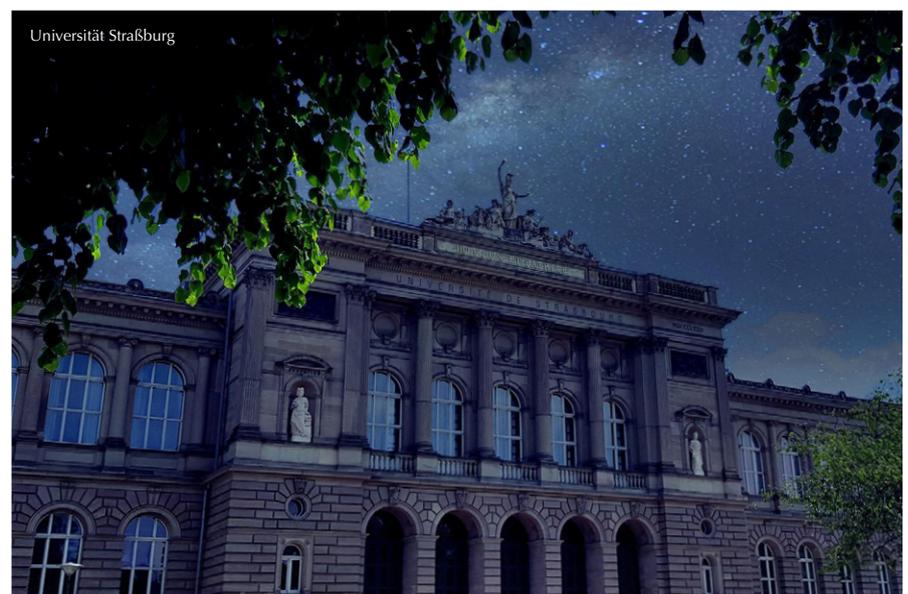
ment. EQUIS steht für EFMD Quality Improvement System und ist eine Bewertung der gesamten Business School. In Deutschland entspricht das der Wirtschaftsfakultät. Um das Gütesiegel zu bekommen, müssen die Schulen zuerst eine Selbstevaluierung durchführen, dann werden sie durch ein internationales Team aus Professoren und Topmanagern geprüft. Dabei wird vor allem Wert auf die Internationalität der Schule gelegt.

EQUIS gehört neben der AACSB und AMBA zu den wichtigsten internationalen Akkreditierungen für Business Schools. Das EQUIS-

### EQUIS mit drei neuen Akkreditierungen

EQUIS hat drei Schulen aus Frankreich, Kroatien und Mexiko neu akkreditiert. Die EM Strasbourg Business School, die zur Universität Straßburg gehört, ist die 23. französische Business School mit dem EQUIS-Gütesiegel. Dagegen hat die Faculty of Economics & Business an der Universität Zagreb als erste Schule in Kroatien die Akkreditierung erhalten. Die bereits 1920 gegründete Universität ist die älteste Institution für Wirtschaftswissenschaften in Kroatien. Dritter im Bunde ist die 1967 von Geschäftsleuten gegründete IPADE Business School in Mexico City. Sie ist die dritte Schule in Mexiko mit EQUIS-Siegel. Insgesamt sind damit derzeit 206 Schulen in 46 Ländern akkreditiert. 109 davon liegen in Europa.

In Deutschland sind nach wie vor nur sechs Business Schools von EQUIS akkreditiert: die ESMT in Berlin, die Frankfurt School, die Universität zu Köln, die Mannheim Business School, die TUM School of Management und die WHU- Otto Beisheim School of Manage-



Universität Straßburg

### Studie: Talente fordern mehr Nachhaltigkeit

Unternehmen müssen sich um Lösungen zum Klimawandel und Nachhaltigkeit kümmern, um Talente zu gewinnen und zu halten. Das zeigt eine globale Umfrage der Yale University in New Haven, Connecticut. Studierende an Business Schools wollen in Unternehmen arbeiten, die sich aktiv um die Umwelt kümmern. 84 Prozent würden sich für ein Unternehmen mit guten Umweltpraktiken entscheiden. 44 Prozent wären dabei sogar bereit, ein geringeres Gehalt zu akzeptieren und 19 Prozent würden eine Stelle in einem Unternehmen mit schlechten Umweltpraktiken nicht annehmen, unabhängig davon, wie hoch das Gehalt wäre. Die Befragten glauben, dass Umweltlösungen für den Geschäftserfolg entscheidend sind, wobei 64 Prozent der Meinung sind, dass die Unternehmen keine ausreichenden Anstrengungen unternehmen, um die ökologischen Herausforderungen zu bewältigen. 71 Prozent glauben, dass Regierungen und Unternehmen gleichermaßen Verantwortung dafür tragen, dass Unternehmen die Umwelt nicht schädigen. 80 Prozent sind der Meinung, dass Konzerne, Unternehmen und die Industrie mehr tun sollten, um den Klimawandel zu bekämpfen und 96 Prozent fordern, dass Unternehmen führend bei der Bekämpfung des Klimawandels sein sollten. Gefordert wird auch eine bessere Verankerung des Themas im Studium. So wünschen sich 64 Prozent der Befragten wollen, dass ökologische Nachhaltigkeit sowohl in die Kernlehrpläne als auch in die Karriereberatung der Business Schools integriert wird. An der Umfrage nahmen mehr als 3.700 Studierende an 29 führenden Business Schools teil. Durchgeführt wurde die Studie von der Yale University in Zusammenarbeit mit dem World Business Council for Sustainable Development und dem Global Network for Advanced Management, einer Vereinigung von 32 führenden Business Schools, deren einziges deutsches Mitglied die ESMT in Berlin ist. [www.cbey.yale.edu](http://www.cbey.yale.edu)

### MBA Hintergrund

**MBA-Studenten: USA dominieren den Markt**  
Wie viele MBA-Studenten gibt es eigentlich? Und wie viele in welchen Programmtypen?



© pixabay geralt

Das MBA-Portal *Poets&Quants* hat dazu eine interessante Statistik veröffentlicht. Danach gab es im akademischen Jahr 2020/2021 weltweit 250.369 eingeschriebene MBA-Studenten, der Großteil mit 155.996 oder 62 Prozent in den USA. Global waren es 78.061 Studenten in Vollzeit-MBA-Programmen, davon 43.740 oder 56 Prozent in den USA. Auch bei den Part-time-MBA-Studenten dominieren die USA mit 82.322 Studierenden gegenüber 127.844 Studenten weltweit. Noch größer ist die Dominanz bei den Online-MBAs mit weltweit 53.231, davon 45.740 Studenten in den USA. Das sind knapp 85 Prozent. Ein anderes Bild zeigt sich beim Executive MBA mit weltweit 41.214 Teilnehmenden, aber davon nur 11.534 in den USA. Das entspricht 28 Prozent. Die Zahlen stammen von der amerikanischen Akkreditierungsorganisation AACSB und dürften sich daher nur auf die Angaben der akkreditierten Schulen und der nicht-akkreditierten Mitgliedsschulen beziehen und daher kein umfassendes Bild zeigen. Zwar haben derzeit 926 Institutionen in 60 Ländern das AACSB-Gütesiegel. 540 davon stammen jedoch aus den USA. In Deutschland sind lediglich elf Schulen akkreditiert: die ESMT Berlin, die Frankfurt School of Finance & Ma-

agement, die Goethe Universität Frankfurt, die HHL Leipzig Graduate School of Management, die Hochschule Pforzheim, die Hochschule Reutlingen, die RWTH Aachen, die Mannheim Business School, die TUM School of Management, die Westfälische Wilhelms-Universität Münster und die WHU – Otto Beisheim School of Management. Wie viele deutsche Business Schools Mitglied der AACSB sind, ist nicht bekannt. [www.poetsandquants.com](http://www.poetsandquants.com)

### MBAs sind schlecht für Geschäft

Die neue Studie des National Bureau of Economic Research kommt zu dem Ergebnis, dass Manager mit einem Business-Abschluss (meist MBAs) nicht wesentlich besser in der Lage sind, ein Unternehmen zu führen und seine Gewinne und Umsätze zu steigern, als solche ohne entsprechenden Abschluss. Zudem waren sie weniger geneigt, die Gehälter zu erhöhen.

„Wenn man mit Business Schools über unsere Ergebnisse spricht, sind viele von ihnen nicht überrascht, denn ein Teil ihrer Lehre ist die Gewinnmaximierung“, sagte Alex He, Finanzprofessor an der University of Maryland und einer der Autoren der Studie gegenüber dem Online-Magazin Quartz. In der Studie werde daher lediglich dokumentiert, welche Kosten ihre Art der Gewinnmaximierung mit sich bringe.

Die Studie stützt sich auf Daten von amerikanischen und dänischen Unternehmen und analysiert die Veränderungen von Gehältern, Umsätzen und Gewinnen von Unternehmen, bei denen CEOs ohne Wirtschaftsabschluss durch Absolventen von Business Schools ersetzt wurden.

Die Autoren, zu denen auch Wirtschaftswissenschaftler des MIT und der Universität Kopenhagen gehören, stellten fest, dass sich das Umsatzwachstum in beiden Ländern nicht verbesserte, als die in Betriebswirtschaft ausgebildeten CEOs oder Manager das Ruder übernahmen. Gleichzeitig sank das Gehaltswachstum in den USA um durchschnittlich sechs Prozent und in Dänemark um drei Prozent. Die Gehaltskürzungen reduzierten die Ausgaben und erhöhten die Gewinne, was die Aktienkurse in die Höhe trieb. Sie führten aber auch dazu, dass sich hoch qualifizierte Arbeitnehmer einen neuen Arbeitsplatz suchten, was langfristig erhebliche Kosten für



Harvard Business School

© Harvard Business School



© Shutterstock one photo

das Unternehmen verursachen kann.

„Unsere Erkenntnisse deuten darauf hin, dass Manager mit Business-Abschluss nicht produktiver sind“, schreiben die Autoren. „Unternehmen, die sie einstellen, verzeichnen keine höheren Umsätze, Produktivitäts-, Investitions- oder Beschäftigungszuwächse nach deren Einstellung.“

Die Ergebnisse sind vor allem für die USA von Bedeutung, wo der Anteil der Unternehmen mit Managern, die einen Business-School-Abschluss haben, stetig gestiegen ist. Bei den 9.000 untersuchten US-Firmen ist ihre Zahl von 26 Prozent im Jahr 1980 auf 43 Prozent im Jahr 2020 gestiegen, wobei der Großteil dieses Anstiegs auf die Zunahme von MBAs zurückzuführen ist. Gleichzeitig ging der Anteil der Arbeitnehmer an den Unternehmensgewinnen zurück.

Die Ergebnisse der Studie könnten ein weiterer Indikator für den starken Einfluss des amerikanischen Wirtschaftswissenschaftlers Milton Friedman auf die Geschäftswelt sein, so die Autoren. Nach der längst umstrittenen Friedman-Doktrin besteht die einzige soziale Verantwortung der Unternehmen darin, ihre Profite zu erhöhen.

[www.nber.org](http://www.nber.org)

### Alumni: Business Schools bieten zu wenig Weiterbildung

„Für viele Absolventen ist die Business School nicht das Ende, sondern erst der Anfang“, sagt Andrew Crisp von der Beratung CarringtonCrisp und Autor des Reports „Alumni Matters“. Es gebe zwar ein Gefühl der Wärme und des Wohlbefindens, wenn es um die Beziehung zu ihrer Business School geht, aber es mangle am Engagement, eine wertvolle Beziehung sowohl für die Schule als auch für die Absolventen aufzubauen.

Dabei wünschen sich mehr als drei Viertel (77 Prozent) einen Online-Zugang zu Vorlesungen und anderen Inhalten von Dozenten, während 56 Prozent der Meinung sind, dass die Business Schools spezielle Programme für Alumni schaffen sollten, um ein lebenslanges Lernen zu ermöglichen.

Von besonderem Interesse sind kurze Kurse für Führungskräfte, informelle Lernmöglichkeiten durch Gastredner, ein reines Online-Studium und informelle Lernangebote zu Inhalten von anderen Fakultäten der Hochschule. Die meisten (56 Prozent) möchten zudem, dass ehemalige Studenten Vorzugs-

preise für künftige Programme bekommen.

Einige dieser Angebote gibt es bereits, aber mehr als die Hälfte (52 Prozent) der Alumni weiß nicht, welche Möglichkeiten es gibt, um ihre Ausbildung fortzusetzen. An der fehlenden Information durch die Schulen liegt das offenbar nicht. So geben 86 Prozent der Alumni an, dass ihre Schule sie über Alumni- und Schulaktivitäten und News informiert. Doch offenbar kommen die Informationen nicht an. Der beliebteste Informationskanal dabei ist mit weitem Abstand ist die E-Mail, die 88 Prozent der MBA-Alumni bevorzugen. Fast neun von zehn Alumni (86 Prozent) wünschen sich einen digitalen Newsletter, 78 Prozent Events für Alumni. 54 Prozent haben keine Kenntnis davon, ob es ein Alumni-Verzeichnis gibt. Weniger als die Hälfte weiß, ob es eine Online-Plattform für Alumni gibt und 42 Prozent wissen nicht, ob es einen Career Service gibt.

Bei den Verbesserungsvorschlägen werden vor allem drei genannt: Die Kontaktmöglichkeiten der Alumni untereinander verbessern, ihnen mehr Möglichkeiten bereitstellen, das Netzwerk zu nutzen und mehr Lernangebote anbieten.

Gewünscht wird auch ein besserer Career-service. Dabei hätten 74 Prozent gern Jobboards, auf denen sie ihre offenen Stellen und ihren CV posten können. 54 Prozent wünschen sich Zugang zu Coaching-Angeboten und 44 Prozent suchen einen Mentor im Alumni-Netzwerk. 24 Prozent der Alumni wären auch bereit, dafür eine geringe Summe zu bezahlen.

Etwa die Hälfte der Befragten stimmt zu, dass sie Teil der Alumni-Gemeinschaft sind (51 Prozent) und sich der Schulgemeinschaft zugehörig fühlen (54 Prozent). Doch während die meisten Alumni sehr stolz auf ihre Business School sind (88 Prozent), fühlen sich weit weniger mit ihrer Schule verbunden (39 Prozent). Damit versäumen es die Schulen auch, dass mehr Alumni für die Schule spenden, was vor allem in den USA eine wesentliche Einnahmequelle für die Hochschulen ist. So würde nur weniger als die Hälfte ihre Business School finanziell unterstützen und lediglich zehn Prozent haben dies bereits getan.

Dabei zeigen die Alumni durchaus Bereitschaft, auch etwas für ihre Schule zu tun. 63 Prozent würden sich in der Forschung oder bei der Entwicklung von Fallstudien engagieren, 58 Prozent bei der Entwicklung von Kursen oder Studiengängen, 60 Prozent bei der Karriereentwicklung der Studenten und 54 Prozent würden zusammen mit anderen Alumni etwas für die Gesellschaft tun (Charity oder NGO-Projekte).

Während es also noch zahlreiche Gelegenheiten gibt, das Engagement der Alumni zu verstärken, tun diese aber auch bereits viel. So haben 39 Prozent ihre Business School im letzten Jahr künftigen Studenten empfohlen. 27 Prozent haben die Schule in ihrem Unternehmen promotet und 24 Prozent haben sie interessierten Rekrutern empfohlen.

Die Studie zeigt auch, dass das Interesse der Absolventen an der Gründung eines Unternehmens stark zunimmt: 57 Prozent der Befragten geben an, dass sie an die Gründung eines Unternehmens denken und Rat suchen, und 40 Prozent suchen nach Möglichkeiten, in neue Unternehmen zu investieren. „Für Schulen, die sich im Bereich Unternehmertum einen Namen machen wollen, kann die



Alumni der Mannheim Business School

© Shutterstock LCV

Bereitstellung zusätzlicher Ressourcen für Alumni von unschätzbarem Wert sein“, sagt Crisp. „Als Unterstützer und Förderer einer Schule und als mögliche künftige Kunden sind Alumni eine wichtige Zielgruppe, die man in Diskussionen über die Zukunft ihrer Business School einbeziehen sollte.“

Beim mittlerweile neunten Bericht „Alumni Matters“ der britischen Beratung Carrington-Crisp in Kooperation mit EFMD (European Foundation for Management Development) in Brüssel wurden 1.726 Absolventen von Business Schools (Bachelor, Master und MBA) in 76 Ländern zu ihren Erwartungen, Wünschen und Erfahrungen mit ihrer Business School befragt.

[www.carringtoncrisp.com](http://www.carringtoncrisp.com)

## Executive Education

### IMD übernimmt Lorange Network

Das IMD in Lausanne hat die Organisation des Lorange-Netzwerks seines ehemaligen Präsidenten Peter Lorange übernommen. Das 2017 gegründete Netzwerk, eine Lern- und Austauschplattform für Leiter von Family Offices, Inhaber von Familienunternehmen und Investoren, ermöglicht seinen Mitgliedern, ihre Kompetenzen, Wachstumschancen und Kontakte auszubauen, indem es Lernmöglichkeiten, Co-Investments und digitale Veranstaltungen anbietet. „Meine persönliche Verbindung zum IMD ist stark, da ich 15 Jahre lang dessen Präsident war“, sagte Peter Lorange. „Mein lebenslanges Engagement für die Ausbildung von Führungskräften und meine Leidenschaft für Spitzenleistungen in der Wirtschaft sorgen dafür, dass dieser Übergang auf soliden Synergien beruht. Ich weiß, dass das IMD die beste Einrichtung ist, um sicherzustellen, dass sich das Lorange-Netzwerk in einer Weise weiterentwickelt, auf die wir alle stolz sein können.“ Als Teil der Übernahme erhalten die bestehenden Mitglieder und Mitarbeiter des Lorange-Netzwerks Zugang zu den innovativen Geschäftsinhalten des IMD, Einladungen zu virtuellen und persönlichen Veranstaltungen und Networking-Möglichkeiten mit anderen Führungskräften aus der ganzen Welt.



© Bärbel Schwerfeger

Zudem richtet das IMD einen Peter-Lorange-Lehrstuhl für Familienunternehmen ein. Lorange war von 1993 bis 2008 Präsident des IMD. Er war auch an seinem Familienunternehmen S. Ugelstad beteiligt, das er 2006 verkaufte und sein eigenes Family Office mit demselben Namen gründete. Sein Werdegang und seine Erfahrungen als Familienunternehmer sowie sein lebenslanges Lernen und seine Praxis der akademischen Exzellenz sind Teil der Philosophie des Lorange-Netzwerks.

[www.imd.org](http://www.imd.org)

### ESCP erweitert Angebot für Managerinnen

Unbewusste Vorurteile, mikroaggressive Sprachmuster, mangelnde Fehlerkultur, starre Geschlechterrollen – Frauen in Führungspositionen begegnen in ihrem Arbeitsumfeld einer Vielzahl offener oder verdeckter Barrieren, die ihre persönliche und berufliche Entwicklung erschweren. Die ESCP Business School in Berlin erweitert daher in Kooperation mit dem branchenübergreifenden

Karriere-Netzwerk Mission Female ihr Weiterbildungsangebot für Frauen in Führungspositionen und schafft neue Möglichkeiten zum Netzwerken und für den Austausch. Mission Female bietet erfolgreichen Frauen ein exklusives Netzwerk und stärkt sie aktiv bei ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung. Das 2019 von Frederike Probert gegründete Business-Netzwerk engagiert sich aktiv für mehr Female Power in Wirtschaft, Gesellschaft, Medien, Kultur, Sport und Politik.

Den Auftakt der neuen Kooperation bilden verschiedene Online-Masterclasses zu den Themen Leadership, Diversity & Inclusion sowie Entrepreneurship, die im Rahmen der von Mission Female ins Leben gerufenen #webelieve Initiative stattfinden. Die Masterclasses werden von erfahrenen Lehrkräften und Professorinnen der ESCP Business School geleitet. Teilnehmen können Führungsfrauen, Unternehmerinnen, (angehende) Gründerinnen und alle, die an den Themen Interesse haben. Die nächste Masterclass #webelieve *Unternehmer:innen: Making better decisions* mit Philip Meissner, Professor für Strategic Management and Decision Making findet am 21. Juni von 19 bis 20 Uhr statt und kostet 40 Euro. Am 24. August (13 bis 14 Uhr) ist das Thema des kostenlosen Online-Events #webelieve *no excuses: Micro Aggression* mit Marion Festing, Professorin für Human Resource Management & Intercultural Leadership.

Anmeldungen unter:

[www.missionfemale.com](http://www.missionfemale.com)



ESCP Europe Berlin

© ESCP Europe Berlin

# MBAintern

Die nächste Ausgabe erscheint am

**7. Juni 2022**

[www.MBAintern.de](http://www.MBAintern.de)