

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
Anzeigen: Thomas Graf, +49 (0) 179 1222275, tgraf@mba-journal.de
Bildnachweis: Soweit nicht anders angegeben © bei den Schulen oder Anbietern

MBA News

Harvard startet mit Hybrid-Modell

Die Harvard Business School holt ihre MBA-Studenten auf den Campus und startet mit einem ausgeklügelten Hybrid-Modell. Während fast alle der zwölf Graduate Schools der Harvard University wie die Harvard Kennedy School oder die Harvard Law School im Herbst nur ein Online-Studium anbieten, gibt es für die MBA-Studenten an der Harvard Business School auch Präsenzunterricht. Die Business School erlaubt ihren Studenten auf dem Campus in Einzelzimmern zu wohnen. Studenten, die aus dem Ausland anreisen, müssen 14 Tage in Quarantäne und es gibt regelmäßige Tests auf dem Campus.

Die Klassen im ersten Studienjahr werden von 90 auf 72 Studenten reduziert, damit die Abstandsregeln eingehalten werden können. Studenten im zweiten Studienjahr können zwischen reinen Online-Vorlesungen und hybriden Formaten wählen. Je nach Nachfrage rotieren sie dabei in den Präsenzklassen, so dass ein Teil der Klasse online teilnimmt.

Die Zahl der Studenten in Innenräumen ist auf 25 beschränkt, im Freien auf 50. Alle Räume sind verschlossen und man braucht eine Zugangskarte. In allen Innenräumen, auch in der Mensa und in den Geschäften besteht Maskenpflicht. Im Freien nur, wenn der notwendige Abstand nicht möglich ist.

Die Business School hat zudem alle universitätsbezogenen Reisen für Fakultätsmitglieder, Doktoranden und Studenten im In- und Ausland untersagt, selbst wenn die Corona-Quote in dem betreffenden Land niedriger ist oder ein Forscher aus persönlichen oder familiären Gründen bereits in der Region ist. Ziel sei es, die Reisen aller Mitglieder der Harvard-Community zu beschränken. Zwar könne eine Ausnahme für absolut notwendige Forschungsaktivitäten beantragt werden, aber die Hürden seien so hoch, dass man nicht annehme, jemand könne sie überwin-

den. MBA-Studenten können keine Ausnahme beantragen.

Die Harvard Business School sei keine Insel und eng mit den Nachbarschaften in Cambridge und Boston verbunden. Die Sicherheit unserer Stadt und unsere Verantwortung für die Bürger und Organisationen sei ein wesentlicher Faktor bei der Planung gewesen, heißt es in einer Bekanntmachung. Man habe zahlreiche Vorgehensweisen erarbeitet, um die Gesundheit auch jenseits des Campus zu schützen und Unternehmen im Umfeld auch weiter Einnahmen zu ermöglichen. Jedes Mitglied der Harvard Community wird zudem aufgefordert, ein Corona-Training zu absolvieren und zu attestieren, dass es seine persönliche Verantwortung akzeptiert und sich entsprechend verhält.

www.hbs.edu

Stern School:

Protest gegen höhere Studiengebühren

Die Stern School of Business in New York erhöht ihre Studiengebühren für das MBA-Studium trotz Corona-Krise und erntet massiven Protest. 76.780 Dollar statt 74.184 Dollar pro Jahr müssen die MBA-Studenten künftig für ihr zweijähriges Studium an der Stern School of Business an der New York University zahlen und das obwohl das Studium wegen der Corona-Pandemie fast ausschließlich online stattfindet. Zudem sind viele der MBA-Studenten derzeit in ihrem Heimatland und können aufgrund des Einreisestopps nicht zurück in die USA. So bekommen sie nur einen Bruchteil dessen, für was sie bezahlt haben. Denn ein MBA-Studium ist eben weit mehr als ein paar virtuelle Vorlesungen via ZOOM. Es lebt vor allem vom intensiven persönlichen Austausch mit Professoren und Kommilitonen, von gemeinsamen Projekten, Studientrips ins Ausland, Vorträgen von Topmanagern und Firmenpräsentationen auf dem Campus.

EDITORIAL

Riskantes Vorgehen



Die globale Corona-Pandemie hat auch die Business Schools weiter im Griff. Erst vor kurzem gab Stanford bekannt, sein MBA-Programm im Herbst mit Ausnahme von ein paar Outdoor-Klassen ausschließlich online durchzuführen. Die Wharton School kündigte zunächst eine hybride Version an, schwenkte dann jedoch aufgrund der steigenden Infektionszahlen plötzlich auf ein reines Online-Studium um und verärgerte ihre Studenten damit schwer. Harvard setzt dagegen auf ein ausgeklügeltes Hybrid-Modell mit strengen Regeln. Die Business School will Vorbild sein und Verantwortung zeigen. Sie fordert von ihren Studenten daher ein schriftliches Commitment, sich an die Corona-Regelungen zu halten. Die MBA-Studenten, die teils Studiengebühren von bis zu 150.000 Dollar für das zweijährige Studium zahlen, sind von der Situation natürlich alles andere als begeistert. Schließlich lebt ein MBA-Studium vor allem vom intensiven persönlichen Austausch mit Professoren und Kommilitonen, von gemeinsamen Projekten und Firmenpräsentationen auf dem Campus. Doch obwohl die Studenten bei weitem nicht das bekommen, wofür sie bezahlt haben oder zahlen müssen, weigern sich die Schulen standhaft, die hohen Studiengebühren zu reduzieren und ernten damit teils massive Kritik. Die Stern School of Business in New York erhöht sogar noch die Studiengebühren. Ein durchaus riskantes Vorgehen. Denn Schulen, die ihre gut zahlenden Kunden so behandeln, brauchen sich nicht wundern, wenn Studenten künftig andere Schulen vorziehen. Und sie brauchen sich auch nicht mehr darauf berufen, wie wichtig Ethik, Verantwortung und Nachhaltigkeit angeblich für erfolgreiche Manager sind. Was ihnen aber am meisten schaden könnte, ist die Unwilligkeit ihrer künftigen Alumni, ihre Alma Mater später finanziell zu unterstützen. Denn ihre Spenden sind für die US-Schulen meist extrem wichtig. So zeigt sich in der Corona-Krise - wie bei jedem Unternehmen - auch bei den Business Schools, wie gut sie ein professionelles Krisenmanagement beherrschen, bei dem auch der Schaden der betroffenen Stakeholder - in dem Fall der der Studenten - so gut wie möglich angemessen berücksichtigt wird.

Bärbel Schwertfeger



Stern School

Die Schulen argumentieren zwar vermutlich sogar zurecht, dass die Pandemie ihre Kosten sogar erhöht hätte, dennoch setzen damit ein fatales Zeichen. Das gilt vor allem für die Stern School, die ihre Studiengebühren erst im vergangenen Jahr ebenfalls um 3,5 Prozent erhöht hatte. Die Stern-Studenten fordern daher, die Studiengebühren zumindest auf dem letzten Stand einzufrieren und zudem über eine geringe Reduzierung von fünf bis zehn Prozent nachzudenken. Mit der Erhöhung der Studiengebühren verstoße die Stern School nicht nur gegen die Interessen der Studenten, sie riskiere auch einen Reputationsschaden, den Verlust potentieller Studenten und den Verlust von Spenden künftiger Alumni.

www.poetsandquants.com

Boston University: Run auf neuen Online-MBA

Vor einem Jahr hatte die Questrom School of Business an der Boston University den Start eines neuen Online-MBA für nur 24.000 Dollar angekündigt. Im Herbst startet die Klasse mit doppelt so vielen Studenten wie erwartet mit dem Studium. Mit 200 Studenten hatte die Business School gerechnet. 401 Studenten sind es nun geworden und hundert Studenten wurden bereits für den nächsten Start im Januar zugelassen, schreibt das MBA-Portal *Poets and Quants*. 850 Bewerber gab es für den neuen MBA-Studiengang. 53 Prozent wurden zugelassen. Das Durchschnittsalter liegt bei 37 Jahren, die durchschnittliche Berufserfahrung bei zwölf Jahren. Mehr als jeder Dritte (34 Prozent) hat bereits einen Master-Abschluss oder sogar einen Doktor.

Die Teilnehmer suchten nach einem Programm, das sich auf die Lösung von Geschäftsproblemen fokussiert und bei dem sie von ihren Kommilitonen lernen, erklärt JP Matychak, Associate Dean for Strategic Initiatives an der Questrom School. Und wenn man dann noch für das Studium nicht nach Boston kommen und nicht viel für das Studium zahlen müsse, spreche das viele an. So lebt fast ein Drittel der aktuellen Klasse außerhalb den USA. Die meisten amerikanischen Online-MBAs haben dagegen fast ausschließlich einheimische Studenten.

Mit seinem neuen, vor einem Jahr angekündigten Online-MBA steigt Questrom spät in den boomenden Markt für Online-MBAs in den USA ein, auf dem sich bereits mehr 300 Programme tummeln und sich teils großer Nachfrage erfreuen, während immer mehr Schulen ihren Vollzeit-MBA aufgeben. Attraktiv ist vor allem der mit 24.000 Dollar niedrige Preis. Online-MBAs von anderen führenden US-Schulen kosten dagegen teils mehr als 100.000 Dollar.

An der Questrom School hat das neue Angebot bisher nicht den teureren Part-time- oder Vollzeit-MBA kannibalisiert. Lediglich acht von 800 Interessenten für den Part-time-MBA hätten sich für den Online-MBA entschieden, sagte Questrom-Dean Susan Fournier gegenüber *Poets and Quants*. Das bestätige die Theorie der Marktsegmentation: Unterschiedliche Programme ziehen unterschiedliche Teilnehmer an.

Auch das Vollzeit-Programm läuft gut. Ge-rechnet habe man mit 120 Studenten, inzwischen habe man bereits 170 und plane daher eine zusätzliche Kohorte einzuführen.

Wie alle Business Schools wurde auch Questrom durch die Corona-Pandemie vor Herausforderungen gestellt und musste den

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



**MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL**

www.mannheim-business-school.com

Präsenzunterricht auf Online-Lernen umstellen, was vor allem die IT-Experten enorm forderte. Dazu kam die Vorbereitung für den neuen Online-MBA mit der Erstellung eines völlig neu konzipierten Curriculums.

So umfasst der neue Online-MBA sechs 14wöchige Module über den Zeitraum von zwei Jahren. In den ersten drei Modulen geht es um die Grundlagenfächer, in den restlichen drei Modulen um die Entwicklung von neuen Geschäftsmöglichkeiten. Jedes Modul endet mit einem Capstone-Projekt, bei dem die Studenten das Gelernte anwenden müssen. In jedem Modul unterrichten drei Professoren aus unterschiedlichen Fachdisziplinen in einem integrierten Ansatz.

Im Ranking der *Financial Times* zu den besten Vollzeit-MBAs landete die Questrom School of Business 2020 auf Platz 67 weltweit. Im Ranking von *Bloomberg Businessweek* kam sie 2018 auf Platz 50 unter den besten US-Schulen.

www.bu.edu/questrom

Indiana University: Online-MBA für Infosys-Mitarbeiter

Die Indiana University in Bloomington hat einen umfangreichen Kooperationsvertrag mit Infosys verkündet. Mitarbeiter des indischen Beratungs- und IT-Unternehmens Infosys mit Hauptsitz in Bangalore können künftig den Online-MBA der Kelley School of Business an der Indiana University in Bloomington absolvieren. Laut Rankings gehört der „Kelly Direct Online MBA“ zu den besten Online-MBAs weltweit. Im aktuellen Ranking der *Financial Times* landete er auf Platz 5. Bei

U.S. News & World Report liegt er zusammen mit der Kenan-Flagler Business School an der University of North Carolina auf Platz 1 der besten amerikanischen Online-MBAs.

Infosys war 2018 nach Indianapolis im Bundesstaat Indiana gezogen, rund 50 Meilen von der Uni entfernt. Dabei gab es bereits einige Beziehungen von Fakultätsmitgliedern und Mitarbeitern mit dem IT-Konzern und weil man gerade das Portfolio der Executive Education Programme überarbeitet, sei die neue Partnerschaft zum richtigen Zeitpunkt gekommen, sagt Chris Foley, Associate Vice President for Academic Affairs und Direktor des IU Office für Online Education gegenüber dem MBA-Portal *Poets & Quants*. Infosys beschäftigt rund 239.000 Mitarbeiter in den USA, davon 2.500 in Indianapolis.

Der Online-MBA kostet normalerweise knapp 75.000 Dollar. Infosys-Mitarbeiter müssen dieselben Zulassungskriterien erfüllen wie andere MBA-Bewerber. Allerdings sollen einige Prozesse vereinfacht und beschleunigt werden, so Foley. Schließlich wisse man, dass das Unternehmen die Kandidaten bereits geprüft habe und sie unterstütze. Zudem soll es einen Ansprechpartner für Fragen im Unternehmen sowie spezielles Informationsmaterial geben.

Der Online-MBA ist jedoch nicht der einzige Studiengang, den die Infosys-Mitarbeiter an der Universität absolvieren können. Neben fünf Bachelor-Programmen stehen auch elf weitere Graduate-Programme zur Verfügung, darunter ein Master in Business Analytics, in Cybersecurity Risk Management, in Data Science, in Entrepreneurship and Innovation, in Global Supply Chain Management und in



© Shutterstock

Technology for Organizational Leadership. Alle Studiengänge wurden von den Uni-Professoren entwickelt und werden auch von ihnen gelehrt. Partnerschaften mit Corporate Universites wie diese hätten bereits bewiesen, dass sie das wirtschaftliche Wachstum sowohl lokal als auch global fördern, indem sie den Einzelnen und die ganze Organisation dazu befähigen, auf die sich schnell verändernden Bedürfnisse des Marktes zu reagieren, so Uni-Mitarbeiter Foley. Ob und inwieweit die Corona-Pandemie Auswirkungen auf die Kooperation habe, werde sich zeigen. www.poetsandquants.com

MBA Hintergrund

MBA-Absolventen: Zu wenig geeignete Jobs
Recruiter von MBA-Absolventen schätzen zwar die Fähigkeiten, die MBAs mitbringen, befürchten aber, dass es in der Nach-Corona-Welt nicht genug passende Jobs für sie gibt. So glaubt mehr als jeder vierte Arbeitgeber (28 Prozent), dass es zu viele Kandidaten mit MBA-Abschluss für zu wenige Jobs gibt. Das zeigt eine Umfrage der Association of MBAs and Business Graduates Association (AMBA & BGA). Befragt wurden 1.047 AMBA-Mitglieder, die in ihrem Unternehmen für das Recruiting von MBAs zuständig sind und die Personalentscheidungen treffen. Die Befragung wurde zwischen dem 27. März und dem 27. Mai durchgeführt und damit in dem Zeitraum, in dem der Lockdown in vielen Ländern begann und es noch kaum Lockerungen gab. Die Befragten zeigten nur wenig Vertrauen in die Zukunft der globalen und lokalen Wirtschaft. 61 Prozent waren entweder nicht sehr zuversichtlich oder überhaupt nicht zuversichtlich, was den Zustand

der globalen Wirtschaft angeht. Das wirkt sich auch auf die Prognosen für den Arbeitsmarkt aus. So glauben 35 Prozent der Befragten, dass sie 2020 sehr viel weniger Manager einstellen werden als 2019. Dagegen sind 14 Prozent der Meinung, dass sie mehr Manager rekrutieren werden und 16 Prozent denken, dass es keine Veränderung gibt. Mit der Abnahme der Stellen im Senior Management wird der Wettbewerb um die Führungspositionen größer.

Auf die Frage, für wie viele für MBA-Absolventen passende Stellenbesetzungen sie in den letzten zwei Jahren zuständig waren, lag der Mittelwert bei 20. Bei den MBA-Bewerbungen für Senior Positionen im Unternehmen der Befragten lag der Mittelwert in den letzten zwei Jahren bei 93. Die größten Hürden für eine Einstellung sehen 53 Prozent in fehlenden Skills, 43 Prozent in einem Mangel an Kreativität.

Insgesamt schätzen Arbeitgeber Business Schools. 47 Prozent bezeichnen sie dabei als „very favourable“. Den Wert eines MBA-Abschlusses von einer renommierten Schule bewerteten die Befragten als gut. 16 Prozent bezeichneten die Qualität und Leistungsfähigkeit der MBA-Absolventen als exzellent, 52 Prozent als gut. 31 Prozent der Arbeitgeber stimmten stark zu, dass MBA-Absolventen die relevanten Fähigkeiten haben, um einen wesentlichen Beitrag für die Wirtschaft in ihrem Land zu leisten. 49 Prozent neigten dazu, zuzustimmen.

32 Prozent der Arbeitgeber stimmten stark zu, dass MBAs gute Problemlöser sind, 49 Prozent tendierten zur Zustimmung. 22 Prozent der Arbeitgeber stimmten voll zu, dass MBAs die notwendigen Soft Skills haben. Sieben Prozent bestritten das. Bei der Frage, ob technologische Skills (Big Data, Künstliche

Intelligenz, Augmented Reality) von MBAs eingesetzt werden, stimmten 57 Prozent bei Big Data zu, bei Künstlicher Intelligenz und Augmented Reality waren es jedoch nur acht bzw. sechs Prozent. Einer von fünf Recruitern war der Meinung, dass MBAs nicht gut darin sind, künstliche Intelligenz in ihrem Unternehmen zu nützen.

Dass MBAs nur durch Geld motiviert werden, glauben 44 Prozent, 23 Prozent stimmten dagegen und 34 Prozent waren unentschieden. 42 Prozent glauben, dass die Schulen MBAs ausbilden, die auf maximale Profitorientierung fokussiert sind. Zudem war mehr als ein Viertel der Befragten (27 Prozent) der Meinung, dass Schulen MBAs ausbilden, die sich nicht sehr oder gar nicht darum bemühen, das Wohlbefinden ihrer Teams in den Vordergrund zu stellen. Auch beim Thema Umweltbewusstsein oder der Förderung von Diversität sahen die Befragten deutlichen Nachholbedarf.

Die Ergebnisse der Umfragen brächten sowohl gute als auch schlechte News, resümiert David Woods-Hale, Director of Marketing and Communications bei AMBA & BGA. Zwar schätzten die Arbeitgeber die Qualitäten der MBAs, sie zeigten jedoch wenig Vertrauen in die Zukunft der Wirtschaft und sind wenig optimistisch, was ihre künftigen Rekrutierungspläne angeht.

www.associationofmbas.com/research

Gies College: Erfolgreich ohne Ranking

Die Nachfrage nach dem vor fünf Jahren gestartete Online-MBA iMBA des Gies College of Business an der University of Illinois boomt, obwohl das Programm nie in einem Ranking aufgetaucht ist und so soll es auch bleiben.

Vor allem in den USA ist die Platzierung eines MBA-Programms in einem der bekannten Rankings in der Regel die Grundlage für den Erfolg eines Studiengangs. Wer nicht gerankt ist, fällt schnell durchs Raster bei potentiellen Studenten ebenso wie bei den rekrutierenden Unternehmen – aller Kritik an den Ranglisten zum Trotz.

Nun zeigt das Gies College of Business an der University of Illinois, dass es auch anders geht und dort will man sich auch weiter mit seinem Online-MBA nicht an einem Ranking beteiligen. Denn das sei nicht im Interesse der Schule, so Dean Jeffrey Brown. Die Mundpropaganda und die Reputation des iMBAs sei sehr stark und es sei auch ohne Ranking-Platzierung stark gewachsen. Ein wichtiger Grund für den Erfolg ist natürlich auch der Preis. Denn der iMBA kostet nur 22.000 Dollar.

Relevant für Online-MBAs sind derzeit vor allem die Ranglisten von *U.S. News & World Report*, *PoetsandQuants.com* und der *Financial Times*. Bisher hatte die Schule sich gegen eine Teilnahme entschieden und diese Entscheidung nun noch einmal bekräftigt, wie das MBA-Portal *Poets & Quants* schreibt.

Die Zahlen sind in der Tat beeindruckend. Im Herbst rechnet die Schule mit 3.750 bis 4.000 Studenten in ihrem Online-MBA. 53 Prozent der Bewerber wurden für das akademische Jahr 2019-2020 zugelassen. Allein in den ersten sechs Monaten 2020 gab es rund 2.500 Bewerbungen. Das Durchschnittsalter der MBA-Studenten beträgt 37 Jahre mit einer breiten Altersspanne von 23 bis 70 Jahren. Die durchschnittliche Berufserfahrung liegt bei 11,6 Jahren.

Für amerikanische Online-MBAs erstaunlich

Anzeige

ESCP
BUSINESS SCHOOL

IT ALL STARTS HERE

BERLIN | LONDON | MADRID | PARIS | TURIN | WARSAW

MBA in International Management

· 1 Jahr Vollzeit studieren in
2 attraktiven Metropolen
· Zugang zu unserem Firmennetzwerk
durch 2 Consultancy Projekte

AACSB ACCREDITED | EQUIS ACCREDITED | AMBA ACCREDITED | EFMD EQUIS ACCREDITED

hoch ist der Anteil von internationalen Studenten mit 20 Prozent. Sogar in Deutschland gibt es acht Studenten und drei Alumni.

Er wolle nicht, dass die Innovationsfähigkeit der Schule durch Dritte beschränkt werde, die bestimmte Messkriterien vorgeben, nach denen man sich richten müsse, so der Dean. Ein Beispiel dafür sei der Punktwert im Zulassungstest GMAT oder GRE, der in manchen Rankings ein Bewertungskriterium ist. Wenn ein Studieninteressent bereits eine lange und erfolgreiche Karriere gemacht hat, dann interessiere ihn der Test nicht, so Brown.

Dabei scheue sich die Schule keineswegs, ihre Daten für potentielle Studenten bekannt zu geben. Dann könnten sie selbst entscheiden, wie wichtig ihnen ein Kriterium ist. So veröffentlicht die Schule auf der Website „how the iMBA measures up“ Daten zur Zufriedenheit der Studenten und ihrer Demographie und den Karrierefortschritten. So fanden etwa 98 Prozent der Studenten bei einer Umfrage im vergangenen Herbst ihre Lernerfahrung exzellent oder gut. Rund 95 Prozent der Absolventen gaben an, dass sie das Gelernte in ihrem Job anwenden konnten und 53 Prozent wurden befördert, erhielten ein Jobangebot oder nahmen eine neue Position während ihres Studiums an. Das Gehalt während oder kurz nach dem Studium stieg um durchschnittlich 20 Prozent.

Man sei sich darüber im Klaren, dass einige Studenten und Alumni nicht glücklich über die Entscheidung der Schule seien, so Brown. Sie seien stolz auf das Programm und wollten es daher auch in einem Ranking sehen. Ein Problem könne es auch sein, dass Arbeitgeber sich nur dann finanziell an den Studiengebühren beteiligen, wenn das Programm gerankt ist. In diesen Fällen weise man darauf hin, dass die Universität gerankt sei, nur eben das MBA-Programm nicht. Auch wenn man damit vielleicht ein paar Studenten verliere, sei die Abstinenz von den Rankings die richtige Entscheidung für die Business School.

Das Gies College of Business an der University of Illinois at Urbana-Champaign hatte im vergangenen Jahr bekannt gegeben, sein Vollzeit- und Part-time-Programm einzustellen.

www.giesbusiness.illinois.edu

Zulassungstest GMAT: Master statt MBA

Der Graduate Management Admission Test (GMAT) gilt als der wichtigste Zulassungstest für MBA-Studiengänge weltweit. In Deutschland ist das anders. Hier wurden die meisten der 2019 absolvierten 3.728 Tests für eine Bewerbung für ein Master-Studium in Wirtschaft genutzt, das im Gegensatz zum MBA keine Berufserfahrung voraussetzt. Das zeigen neue Zahlen von 2019 des Graduate Management Admission Council (GMAC), das den GMAT verwaltet. Danach dienten 80,5 Prozent der Testergebnisse, die in der Regel an mehrere Schulen geschickt werden, der Bewerbung für einen Wirtschaftsmaster. Dementsprechend liegt der Mittelwert ihres Alters mit 23 Jahren recht niedrig. Lediglich 18,1 Prozent streben damit ein MBA-Studium an. Der Mittelwert für ihr Alter liegt bei 26,0 Jahren.

Dabei gibt es erhebliche regionale Unterschiede. In den USA, wo der GMAT entwickelt wurde, nutzten 79,0 Prozent den GMAT, um sich für ein MBA-Studium zu bewerben. In Zentral- und Südasien waren es sogar 80,2 Prozent, in Ostasien und Südostasien dagegen nur 28,4 Prozent. Die Mehrheit bewirbt sich hier damit für ein Master-Studium. Das gilt auch für Westeuropa, wo nur ein Drittel



© Bärbel Schwerfeger

(33,5 Prozent) den GMAT für die Bewerbung bei einem MBA-Studium einsetzte.

Aber auch innerhalb von Westeuropa gab es erhebliche Unterschiede. So bewarben sich in Großbritannien 76,6 Prozent mit dem GMAT für ein MBA-Studium. In Spanien waren es 72,6 Prozent, in der Schweiz 43,5 Prozent, in Frankreich 33,8 Prozent, in Italien 28,4 Prozent und in Österreich 26,1 Prozent. Deutschland gehört mit 18,1 Prozent neben Finnland zu den Schlusslichtern. Allerdings fordern auch nur die wenigsten deutschen MBA-Anbieter - zu denen hauptsächlich Fachhochschulen gehören - den GMAT von MBA-Bewerbern. Das gilt vor allem für die in Deutschland dominierenden Part-time MBA-Programme.

Was das Volumen angeht, lag die Zahl der weltweit absolvierten Tests im Jahr 2019 bei 225.621 Tests. Die meisten davon wurden in Ostasien und Südostasien mit 85.829 Tests abgelegt. Allein in China waren es 70.473. An zweiter Stelle lagen die USA mit 63.945 Tests. In Zentral- und Südasien waren es 32.851 Tests, wobei es allein in Indien 30.590 Tests gab. Westeuropa kam dagegen nur auf 17.354 Tests, Osteuropa auf 3.675 Tests.

Die Zahlen zeigen deutlich, wie stark die Nachfrage nach einem MBA-Abschluss regional geprägt ist und wie stark ein Master in Wirtschaft dem MBA inzwischen Konkurrenz macht.

Der GMAT misst verbale und mathematisch-logische Fähigkeiten und wird nur auf Englisch und computerunterstützt durchgeführt. Die Ergebnisse können zwischen 200 und 800 Punkten liegen. Üblich sind Ergebnisse zwischen 400 und 600 Punkten. An Topschulen wie der Stanford Graduate School of Business liegt der durchschnittliche Wert bei über 700 Punkten.

www.gmac.com

Executive Education

Harvard mit 15 neuen virtuellen Programmen

Gleich 15 neue virtuelle Kurse bietet die Harvard Business School an. Das Spektrum reicht von „Strategic Agility for Turbulent Times“, „Driving Profitable Growth“ und „Leveraging Fintech Innovation to Grow and Compete“ über „Behavioral Economics“ und dem „High Potentials Leadership Program“ bis zu den Kursen „Making Corporate Boards More Effective“ oder „Changing the Game: Negotiation and Competitive Decision-Making“. Die Kosten liegen bei 5.000 bis 10.000 Dollar. Die Programme bestehen aus Live-Sessions, selbstgesteuertem Lernen, Diskussionsgruppen sowie virtuellem Netzwerken.

www.exed.hbs.edu

Columbia: Strategie in unsicheren Zeiten

Die Columbia Business School in New York bietet ein fünftägiges Live Online-Programm zum Thema „Strategy in Uncertain Times“ an. Der virtuelle und interaktive Unterricht findet dabei vom 12. bis 16. Oktober täglich im synchronen Format von 8.30 bis 13 Uhr Eastern Time statt. Das Programm befasse sich sowohl mit der analytischen Seite beim Umgang mit Unsicherheit (Was soll man tun?) als auch mit der menschlichen Seite (Wie bringt man Menschen dazu, die Herausforderungen zu realisieren und angemessen darauf zu reagieren?), schreibt Faculty Director und Strategieexpertin Rita Gunther McGrath. Der Kurs kostet 4.950 Dollar.

www8.gsb.columbia.edu

IMD: Gestärkt aus der Krise kommen

„How do you navigate critical moments and emerge stronger“ heißt ein neues Online-Programm am IMD in Lausanne. Die globale Corona-Pandemie habe gezeigt, dass niemand vorhersagen könne, was geschieht. Und sie habe deutlich gemacht, dass Manager künftig auch mit weiteren Krisen zurecht kommen müssen. Der Kurs soll den Teilnehmern anwendbare Erkenntnisse und praktische Fähigkeiten vor, während und nach der Krise vermitteln. Sie sollen lernen, ihre eigenen kognitiven Vorurteile zu verstehen, auch in turbulenten Zeiten effektiv zu kommunizieren, das Vertrauen zu den wichtigen Stakeholdern wiederherzustellen, sinnvolle Schlussfolgerungen aus bisherigen disruptiven Ereignissen zu ziehen und sich auf künftige Rückschläge vorzubereiten. Das Online-Programm dauert vier Wochen bei vier bis sechs Stunden Lernzeit pro Woche. Es umfasst 20 Videos, vier Fallstudien, zwei Gruppensitzungen, drei Assignments zu zweit und acht Kontakte mit einem Coach. Start ist der 28. September. Die Kosten liegen bei 1.490 Schweizer Franken.

www.imd.org

MBAintern

Die nächste Ausgabe erscheint am

6. Oktober 2020

www.MBAintern.de