

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

US-Schulen:

Trotz Corona wieder im Aufwind

Totgesagte leben länger. Wurde der zwei-jährige Vollzeit-MBA an den US-Schulen aufgrund der seit Jahren sinkenden Bewerberzahlen von so manchem schon totgesagt, so erlebt er nun offenbar eine neue Blüte. So meldet das MBA-Portal *Poets & Quants*, dass die Bewerberzahlen an manchen Schulen sogar Rekordhöhe erreichen.

Die Corona-Pandemie zwang auch die Business Schools zum Online-Unterricht und ein Großteil dessen, was ein gutes MBA-Studium ausmacht, fiel weg. Denn das MBA-Studium 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. Dennoch hielten Schulen an ihren teils horrenden Studiengebühren von mehr als 100.000 Dollar fest. Und auch im Herbst starten etliche Schulen mit Online- oder Hybrid-Formaten.

Aufgrund der Pandemie haben viele Schulen jedoch ihre Bewerbungsfristen verlängert, neue Bewerbungsrunden eingeführt und sogar auf Zulassungstests wie den GMAT oder GRE verzichtet. Offenbar mit Erfolg, wie die Zahlen zeigen.

An der Jones Graduate School of Business der Rice University in Houston gingen die Zahlen sogar rasant nach oben. Die Zahl der Bewerbungen stieg um 63 Prozent auf 1.021. Die Schule startete mit 174 Studenten (Vorjahr 107) und damit mit ihrer größten Klasse der letzten 20 Jahre. Die Zahl der internationalen Studenten sank jedoch von 29 auf 15 Prozent und halbiert sich damit.

Auch die Wharton School, wo die MBA-Klassen auch im Herbst vor allem online stattfinden, meldet einen Rekord: 21 Prozent mehr Bewerbungen und mit 916 Studenten die größte MBA-Klasse aller Zeiten. Die Zahl der internationalen Bewerber sank von 30 auf 19 Prozent und damit fast ein Drittel.

An der Columbia Business School in New York bewarben sich 6.971 Studenten (im Vorjahr waren es 5.876) – ein Zuwachs von mehr als tausend Bewerbern oder 18,6 Prozent. Der bisherige Rekord von 2016-2017 liegt bei 6.188 Bewerbern. Zugelassen wurden 1.130 Bewerber und damit 16,2 Prozent (Vorjahr 19,1 Prozent). Eingeschrieben haben sich 782 Studenten, 3,7 Prozent mehr als im vergangenen Jahr. Die Zahl der internationalen Studenten sank trotz Corona und Visa-Restriktionen lediglich von 47 auf 44 Prozent – damit ist die New Yorker Schule eine Ausnahme. Allerdings werden hier „international citizen“ gezählt. Darunter fallen auch Studenten mit doppelter Staatsangehörigkeit und dauerhaftem Aufenthaltsrecht.

Selbst die Stern School of Business an der New York University, die ihre Studiengebühren trotz Corona und Online-Unterricht sogar noch erhöht hatte, verzeichnet 3,8 Prozent mehr Bewerber. Zwar gibt die Schule an, dass 32 Prozent ausländische Staatsbürger sind. Auch hier beinhaltet die Zahl Studenten mit doppelter Staatsangehörigkeit und dauerhaftem Aufenthaltsrecht.

An der Haas School of Business an der UC Berkeley in Kalifornien reduzierte sich der Anteil der internationalen Studenten von 35 auf 21 Prozent – eine Abnahme von 40 Prozent. Aber auch hier bewarben sich mit 3.636 MBA-Interessenten 5,4 Prozent mehr als im Vorjahr und die Schule startet mit 331 Studenten ihre bisher größte MBA-Klasse.

Zwar gilt es als Gesetzmäßigkeit, dass die Nachfrage nach dem MBA-Studium steigt, wenn die Wirtschaft schwächelt, weil viele die Zeit für ihre Weiterbildung nutzen. Dass dies jedoch auch bei der Corona-Pandemie der Fall ist, wo die Studenten mit Online- oder Hybrid-Unterricht Vorliebe nehmen und auf zahlreiche Aktivitäten wie Auslandsreisen verzichten müssen, ist erstaunlich. Allerdings verstärkt die Corona-Pandemie zusätzlich zu der restriktiven Einwanderungs- und Visa-Politik den Rückgang der internationalen Studenten an den US-Schulen.

www.poetsandquants.com

EDITORIAL

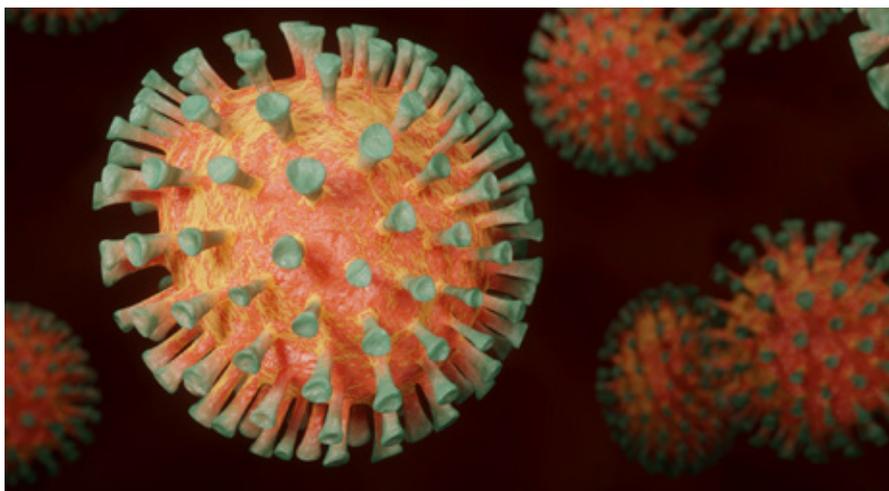
Marketing-Gegensätze



Die Universität Witten/Herdecke steigt in den MBA-Markt ein und verspricht den Teilnehmern ihres neuen berufs begleitenden MBA-Programms exzellentes Management-Know-how, Perspektivenvielfalt, philosophischen Tiefgang und eine hohe Reflexionsfähigkeit. Nun ist es natürlich zu begrüßen, wenn eine renommierte Universität das deutsche MBA-Angebot erweitert und sich dabei vor allem auf das Thema Leadership und Verantwortung fokussiert. Allerdings bleibt die Frage, ob der Einstieg so einfach gelingt. Witten/Herdecke ist keine bekannte Business School, verfügt über keine international relevante Akkreditierung und hat mit seinem deutschsprachigen Angebot nur einen begrenzten Markt. Was aber besonders stützig macht, ist die Weigerung der Uni, weitere Informationen über das neue Programm zu liefern und Fragen dazu zu beantworten. Eine Privatuni, die kein Interesse hat, ihr neues MBA-Angebot zu vermarkten, ist zumindest mal etwas Neues. Und ob sich überhaupt genügend Teilnehmer finden und das Studium tatsächlich wie geplant im Oktober startet, bleibt abzuwarten.

Ganz anders agiert man beim ThePowerMBA. Hier steht Marketing an oberster Stelle. Wer sich einmal registriert, um sich einen Einblick in das Angebot zu verschaffen, wird mit Emails regelrecht bombardiert und seine Daten landen im amerikanischen Delaware. Aussagen aus gekauften Advertorials in renommierten Zeitungen wie dem Handelsblatt, der FAZ oder der Süddeutschen Zeitung vermittelten den Eindruck, es handele sich um redaktionelle Beiträge. Geworben wird mit einem niedrigen Preis von 850 Dollar für rund 70 Stunden Videos, aufgeteilt in 15minütige Häppchen. Vermarktet wird das Ganze als große Disruption und Demokratisierung der MBA-Ausbildung. Oberstes Ziel der spanischen Gründer ist die schnelle Skalierung. Nicht zuletzt dank extrem aggressivem Marketing soll es bereits 40.000 Teilnehmer weltweit geben, über 500 davon in Deutschland. Unter einem MBA verstehen die spanischen Gründer allerdings kein akademisches Studium, sondern eher eine Video-Show mit bekannten Entrepreneuren und Managern, die erzählen, wie sie es geschafft haben.

Bärbel Schwertfeger



international renommierten Business Schools entwickelt wurde und weiter entwickelt wird. Dazu gehören die britische Imperial College Business School, die University of Melbourne, die Hong Kong University of Science and Technology und die spanische IE Business School.

Der Online-MBA sei der erste im Blended-Learning-Format angebotene MBA einer international akkreditierten Wirtschaftsuniversität in Deutschland, schreibt die ESMT. Allerdings startet auch die WHU - Otto Beisheim School of Management im Oktober mit einem neuen Global Online-MBA.

Die ESMT in Berlin wurde 2002 auf Initiative von 25 führenden deutschen Konzernen gegründet und hat eine Dreifach-Akkreditierung (Triple Crown) von AACSB, AMBA und EQUIS. Sie bietet neben ihrem Vollzeit-MBA auch einen Executive-MBA und Executive Education an.

www.esmt.org

WHU mit mehr MBA-Studenten

Trotz Corona-Pandemie ist die Zahl der MBA-Studenten an der WHU – Otto Beisheim School of Management leicht gestiegen. Die Zahl der neuen Vollzeit-MBA-Studierenden nahm von 80 auf 82 zu (Zulassungen April und September). Für das Teilzeit-MBA-Programm konnten sogar 91 Teilnehmer gewonnen werden. Im Vorjahr waren es 85. „Im WHU-MBA-Programm haben sich die Zahlen von 2016 bis 2018 auf relativ hohem Niveau stabilisiert und sich in den vergangenen zwei Jahren sowohl im Vollzeit- als auch im Teilzeit-Format nochmals gesteigert“, sagt Gerold Gnau, Programmdirektor des MBA. Das MBA-Programm sei damit das größte an einer deutschen Top Business School. Die moderne technische Ausstattung der WHU habe während der Pandemie dazu beigetragen, die MBA-Bewerberzahlen weiterhin auf hohem Niveau zu halten. „Das WHU-MBA-Programm konnte sehr früh das Signal in den Markt senden, dass es seinem Exzellenzanspruch auch in zunächst rein digitaler, später dann hybrider Lehre gerecht wird“, so der Programmdirektor. So sei es an der WHU möglich gewesen, das Studium trotz des Lockdowns ohne Unterbrechungen fortzusetzen und die unmittelbare Umstellung auf den Online-Unterricht und später auf hybride Formate habe den Studierenden Zeitverluste erspart.

Für die nächsten Jahre sieht Programmdirektor Gnau noch Potenzial für weiteres Wachstum.

Ein deutlich größeres Plus als beim MBA

IMD vergrößert MBA-Klasse

Während einige Business Schools ihre MBA-Klassen wegen der Corona-Pandemie verkleinern, beginnen am IMD in Lausanne erstmals seit 18 Jahren mehr Studenten im Vollzeit-MBA. 90 Studenten im einjährigen Vollzeit-MBA pro Jahr – das war bisher das Limit am IMD. Nun lässt die Topschule erstmals hundert Studenten zu. Möglich macht das eine clevere Umstellung des Unterrichts. Als die Schule im Juni den Präsenzunterricht wieder aufnahm, wurde die Klasse in zwei Gruppen mit je 45 Studenten aufgeteilt. Während die eine Gruppe im Klassenzimmer saß, nahm die andere Gruppe via Zoom virtuell am Unterricht teil. Für die nächste Unterrichtseinheit wechselten die Gruppen. Im Juni startete einer der Starprofessoren der Schule, Arturo Bris, dann ein Experiment. Er teilte seine vierstündige Finanzvorlesung in zwei Lektionen auf und ermöglichte so beiden Gruppen je zwei Stunden Präsenzunterricht. Der Rest – Grundlagen, Gruppenarbeit und Assignments – fand außerhalb des Klassenzimmers statt. Die anderen Professoren folgten dem neuen Konzept. In den zwei Präsenzstunden könne er den Studenten das Wichtigste vermitteln und ihnen in der restlichen Zeit gleichzeitig mehr Praxis und Unterstützung ermöglichen, so der Professor. Zudem sei es wesentlich besser, jede Gruppe zwei Stunden im Klassenzimmer zu haben als abwechselnd immer nur eine Gruppe. Das Grundwissen könnten die Studenten vor dem Unterricht lesen, die Gruppenarbeit könnte nach dem Unterricht stattfinden. Bei den Studenten kommt das neue Konzept gut an.

Gleichzeitig entschloss man sich, die Zahl der Studenten um zehn, also fünf pro Gruppe, zu erhöhen. Trotz Corona ist auch am IMD die Zahl der MBA-Bewerber gestiegen, auf rund 600 für 100 Plätze. Auch das Interesse der Unternehmen sei größer denn je, so IMD-Dean Seán Meehan gegenüber dem MBA-Portal *Poets & Quants*. So rekrutierten Technologie-, Pharma- oder Medizintechnikunternehmen sowie Beratungsfirmen mehr MBA-Absolventen. Ob das jedoch auch für die neuen MBA-Studenten so bleibt, die im Januar mit dem Studium beginnen, ist allerdings unsicher.

www.imd.org

ESMT startet Online-MBA mit 54 Teilnehmern

80 Prozent Online-Unterricht und 20 Prozent Präsenzveranstaltungen alle zwei Monate

von Donnerstag bis Samstag - so lautet die Formel des neuen MBA-Programms an der ESMT. Die Berliner Schule bezeichnete den Studiengang daher als Blended-Learning-Programm.

Die 54 Teilnehmer, 35 Männer und 19 Frauen, sind im Durchschnitt 32 Jahre alt und haben neun Jahre Berufserfahrung. Über 81 Prozent kommen ursprünglich aus dem Ausland.

Das Programm begann am 16. September. Der erste Präsenzunterricht findet von 22. bis 24. Oktober 2020 in Berlin statt. Die restlichen 13 Präsenzmodule können in Berlin oder München absolviert werden. Das Studium dauert 24 Monate und richtet sich an Teilnehmer mit mindestens drei Jahren Berufserfahrung.

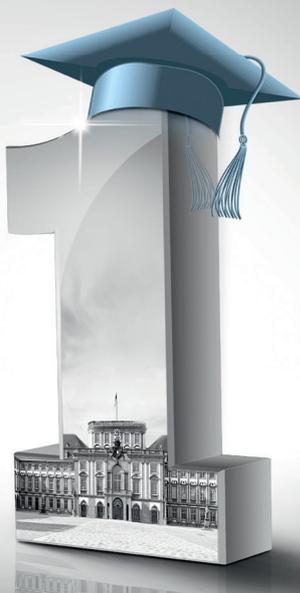
„Während wir bereits seit mehreren Jahren maßgeschneiderte Programme im Blended-Format für Kunden aus dem Bereich der Executive Education anbieten, ist das Blended-MBA-Programm unser erstes offenes Studienprogramm in diesem Format“, erklärt Nick Barniville, Associate Dean of Degree Programs. In dem Programm hätten die Teilnehmer die Möglichkeit, berufs begleitend wesentliche Führungsfähigkeiten zu erlernen. Das Studium folgt dem Ansatz des Flipped Classroom. Der Lernstoff wird im eigenen Tempo online erarbeitet, im Klassenzimmer geht es dann um Diskussionen mit den anderen Teilnehmern und der internationalen Fakultät der ESMT.

Das Besondere ist, dass die Teilnehmer Zugang zu einer innovativen Online-Lernplattform mit zahlreichen Interaktions-Möglichkeiten haben, die in einer Allianz mit neun



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

verzeichnet die WHU allerdings bei den Programmen mit dem Abschluss Master of Science (MSc.) Hier stieg die Zahl der Studierenden um rund 50 Prozent: Beim Master in Management beginnen 121 statt 86 im Vorjahr, beim Master in Finance sind es 47 statt 39 und beim Master in Entrepreneurship 42 statt bisher 16.

Die 1984 gegründete WHU – Otto Beisheim School of Management ist eine international ausgerichtete, private Wirtschaftshochschule. Sie verfügt über eine internationale Akkreditierung der AACSB und von EQUIS. Das Studienangebot umfasst Bachelor- und Masterprogramme, ein Vollzeit-MBA-Studium, ein Teilzeit-MBA Studium sowie das Kellogg-WHU Executive MBA-Programm und ab Oktober einen Global Online MBA. Im weltweiten Ranking der *Financial Times (FT)* zu den besten Vollzeit-MBAs liegt die private Hochschule dieses Jahr als beste deutsche Schule auf Platz 64. Im *FT*-Ranking zu den besten Executive MBAs erreichte die Business School 2019 Platz 34.

www.whu.edu

Uni Witten bietet erstmals MBA an

Die Universität Witten/Herdecke will mit einem berufsbegleitenden MBA-Studiengang starten und verspricht den Teilnehmern exzellentes Management-Knowhow, Perspektivenvielfalt, philosophischen Tiefgang und eine hohe Reflexionsfähigkeit.

Der „Witten MBA“ befähige die Teilnehmer zu verantwortungsfreudigem Führungshandeln und zukunftsfähigem unternehmerischem Denken, schreibt die Uni, die dem

humanistisch-humboldtschen Bildungsideal folgt. Der MBA stehe für Kreativität, konstruktives Denken, kooperatives Handeln, gelingende Kommunikation, Vernetzung und konkrete Praxis.

Zugelassen werden sollen maximal 30 Studenten mit erstem Universitätsabschluss und mindestens zweijähriger Berufserfahrung. Das Studium dauert zweieinhalb Jahre und umfasst zwölf Module, darunter acht Pflicht-Module in Business Basics, Managerial Economics, Management und Leadership sowie die beiden Schwerpunkte Sustainable Entrepreneurship und Changemanagement mit je drei Wahlpflichtmodulen und das Modul Führungshandeln und Verhandlungsführung. Die interdisziplinären Führungsmodule ermöglichen es, die eigenen Fähigkeiten in spezialisierten Handlungsfeldern wie z. B. Mindful Leadership oder Strategie und Führung von Familienunternehmen zu erweitern, verspricht die Uni. Dabei werden die Teilnehmer von mehr als 20 akademischen Management-Querdenkenden, Wirtschafts-

experten und erfahrenen Unternehmern begleitet.

Das Studium findet im Blended-Learning-Format mit neun bis zehn Präsenztagen pro Semester plus Selbstlernphasen statt. Die Studiensprache ist Deutsch mit englischsprachigen Anteilen. Die Studiengebühren liegen bei 24.500 Euro. Ob der erste Studiengang zustande kommt, ist nicht bekannt und auf Nachfrage gab es keine Antwort. Start soll im Oktober sein, Bewerbungen waren auch Anfang Oktober noch möglich.

Die private Universität Witten/Herdecke bietet seit 1983 Studiengänge in den Bereichen Wirtschaft, Politik, Gesellschaft, Psychologie, Pflege, Medizin und Zahnmedizin an. Sie hat rund 2.700 Studenten, über 2000 davon in der Fakultät Gesundheit (vor allem in Humanmedizin), knapp 600 in der Fakultät Wirtschaft und Gesellschaft.

www.professional-campus.de

ThePowerMBA: Marketing statt Substanz?

„Lerne von Gründern und Topmanagern von Tesla, Airbnb, Netflix, Cirque du Soleil... Die erste echte Alternative zu einem MBA – global und auf Englisch. Ein praxisnahes und topaktuelles online Programm, mit 250+ Microlearning (=15 Minuten) Einheiten“. So wirbt der von den Spaniern Borja Adanero, Rafael Gozalo Corral und Hugo Arévalo 2017 gegründete ThePowerMBA nun auch in Deutschland. Rund 70 Stunden, aufgeteilt in 15minütige Häppchen, umfasst das Programm. ThePowerMBA versteht sich als Alternative zu einem traditionellen MBA und wurde entwickelt für alle, die „eine Allround-Ausbildung in Management/Business anstreben, es aber bevorzugen, mit Beispielen aus dem echten Leben von Praktikern selbst zu lernen, als sich in teilweise eher abstrakten Theorien festzufahren“. Unterrichtet wird daher nicht von Professoren mit einer fundierten Ausbildung und Forschung in einem Fachgebiet, sondern von Praktikern vor allem aus der Start-up-Szene, die über ihre eigenen Firmen sprechen oder Experten wie zum Beispiel Eric Ries, den Erfinder von The Lean Startup. Gelernt wird mit kurzen, teils wenig ansprechenden Videos, bei denen etwa eine unbekanntere Referentin ihren Text in atemberaubendem Tempo herunterrasselt. Fokus sind Start-ups, Innovation und Entrepreneurship. Innovation sei die wichtigste Fähigkeit erklärt einer der Gründer auf Englisch mit starkem spanischem Akzent. In einem anderen Video geht es um Skalierung. Die Funktionäre bei den Business Schools nicht, erfährt der Zuschauer. Denn je mehr Studenten sie hätten, desto mehr Professoren und Dozenten bräuchten sie und desto teurer werde das Programm. Daher gebe es ThePowerMBA, der nur 850 Dollar kostet. Skalierung ist auch das Zauberwort der Gründer. Und dabei ist ihnen offenbar auch fast jedes Mittel recht.

NEU: ThePowerMBA jetzt auch in Deutschland!

ERFAHRE HIER MEHR

ThePowerMBA

Home Program Networking Testimonials Manifesto FAQ Login Language ENROLL NOW

„Bei ThePowerMBA geht es um den Bruch mit dem Status quo und darum, die Management-Ausbildung für alle zugänglich zu machen“

Franfurter Allgemeine

„ThePowerMBA: Ein Start-up fordert herkömmliche Business Schools heraus“

Handelsblatt

„ThePowerMBA – Bildungs-Innovation für den deutschen Markt“

Süddeutsche Zeitung



Alle Infos zum MBA-Studium

Online MBA Event

31.10. | 02.11. | 03.11.

Treffen Sie Top Business Schools:
IMD, WHU, IESE, HEC Paris, Frankfurt School,
KLU, Hong Kong UST, CEIBS, ESCP Europe u.w.

- ▷ \$5.8. Mio Stipendien
- ▷ Persönliche Beratung
- ▷ CV-Check & Vorträge

Jetzt kostenlos anmelden:
topmba.com/mbaintern

Powered by 



Investiert wird vor allem ins Marketing und das ist extrem aggressiv. Wer sich informieren will, muss seine Daten angeben und wird mit Emails bombardiert. Seine Daten landen dann in Delaware, wohl auch um den europäischen Datenschutz auszuhebeln.

Geworben wurde mit Zitaten und den Logos renommierter Medien wie der FAZ, dem Handelsblatt und der Süddeutschen Zeitung (Beispiel: „ThePowerMBA: Ein Start-up fordert herkömmliche Business Schools heraus“ - Handelsblatt). Die Zitate stammten jedoch aus Advertorials - also bezahlten Artikeln. So wurden Interessenten in die Irre geführt, die natürlich glaubten, die positiven Aussagen stammten aus redaktionellen Artikeln der Medien und nicht aus einer bezahlten Anzeigenveröffentlichung. Man habe das in Deutschland zunächst genauso gehandhabt wie in Großbritannien und Kanada. Als man dann darauf hingewiesen wurde, dass Deutschland anderen Normen folgt, habe man die Links sofort von der Webseite genommen, schreibt Rebecca Römer vom internationalen Team. Man stecke viel Aufwand ins Marketing, um schnell einen hohen Bekanntheitsgrad zu erreichen. Das Ziel sei es definitiv, schnell zu skalieren. Das scheint bisher zu funktionieren. Laut eigenen Angaben gibt es inzwischen über 40.000 Teilnehmer weltweit, rund 3.600 Teilnehmer sind in der ersten Kohorte des globalen Programms, die im September begann. Über 500 davon sind aus Deutschland.

In Spanien böten bereits zahlreiche Firmen ThePowerMBA ihren Mitarbeitern als Weiterbildungsmöglichkeit an, darunter facebook, Deloitte, Roche, PWC, Mapfre, Vodafone,

Coca Cola und Santander. Inzwischen seien auch sehr bekannte Firmen in Deutschland dabei, deren Namen man aber noch nicht nennen könne.

Zwar bietet ThePowerMBA eine preisgünstige Methode an, um sich vor allem praktisches Business-Wissen anzueignen, fragwürdig ist allerdings, das Angebot unter dem Label MBA zu vermarkten. Ein MBA-Programm ist ein akademischer Studiengang, der bestimmte Qualitätskriterien erfüllen sollte, und keine Showtime für erfolgreiche Entrepreneur. Dass die Teilnehmer keinen anerkannten Abschluss bekommen, stört die Gründer nicht. Im Gegenteil. Eine Akkreditierung und damit die Sicherung bestimmter Standards halten sie für völlig überholt und hinderlich.

www.thepowermba.com

MBA Hintergrund

Beliebte MBA-Studienländer: Deutschland auf Platz 3

Trump's Eskapaden und den Visa-Beschränkungen zum Trotz - die USA bleiben das beliebteste Studienland für internationale Bewerber. 68 Prozent wollen in den USA studieren. Knapp dahinter liegt Großbritannien mit 67 Prozent, gefolgt von Kanada (48 Prozent), Singapur (40 Prozent) und Australien (40 Prozent). Deutschland liegt mit 39 Prozent auf Platz 6 und damit vor Spanien und der Schweiz.

Das zeigt die neue Studie *Business of Branding* des Beratungsunternehmens CarringtonCrisp in Kooperation mit der European Foundation for Management Development

(EFMD). Befragt wurden 1.442 Studenten und Mitarbeiter an Business Schools mit 50 Nationalitäten.

Betrachtet man die präferierten Studienländer nach der Art des Abschlusses, dann steht Deutschland - zusammen mit der Schweiz - beim MBA mit 38,95 Prozent auf Platz drei nach den USA (66,32 Prozent) und Großbritannien (57,89 Prozent) und damit vor Singapur, Kanada, den Niederlanden und Australien.

Der wichtigste Faktor bei der Überlegung, im Ausland zu studieren, ist die Reputation einer individuellen Business School. Auf Platz 2 steht die Möglichkeit, nach dem Abschluss dort arbeiten zu können, gefolgt von den Kosten.

Zudem sollten die Teilnehmer anhand von zehn Statements ihre Wahrnehmung zu 15 Ländern als Studienland beschreiben. Bei der Aussage „hat eine starke und dynamische Wirtschaft“ liegt Deutschland auf 1. Auch bei den Chancen, nach dem Abschluss in dem Land arbeiten zu können, führt Deutschland mit 39 Prozent ebenso wie bei der Möglichkeit, einfach ein Studienvisum zu bekommen (64 Prozent). Zudem wird Deutschland als eines der günstigsten Studienländer unter den 15 abgefragten Ländern wahrgenommen und erreicht in punkto Kosten Platz 13 vor Indien und Spanien. Am meisten willkommen fühlen sich die potentiellen Studenten in den Niederlanden (54 Prozent), Großbritannien (48 Prozent) und Spanien (37 Prozent).

Was das Vorhandensein von qualitativ hochwertigen Business Schools angeht, hat Deutschland noch Nachholbedarf. Während nur 71 Prozent diese Frage für Deutschland

bejahen, sind es in den USA 97 Prozent und in Großbritannien 94 Prozent. Einer der Gründe, warum die USA und Großbritannien in der Wahrnehmung der potentiellen Studenten weiter so beliebt sind, seien ihre guten Universitäten und Business Schools, heißt es in der Studie.

Die Studie zeige die Macht der Wahrnehmungen und wie sie die Wahl eines Studienlandes beeinflusst, auch wenn sie nicht unbedingt der Realität entspreche, erklärt Studienautor Andrew Crisp. Die Herausforderung für die Business Schools liege daher darin, die positiven Wahrnehmungen ihres Landes zu nutzen und die negativen Wahrnehmungen zu verändern.

Interessante Ergebnisse zeigt die Nutzung von Marketing-Aktivitäten und Medien bei der Entscheidungsfindung. Bei den Medien dominiert bei MBA-Studenten die *Financial Times* mit 64,21 Prozent, gefolgt vom *Economist* - trotz seiner mehr als fragwürdigen Rankings. Auf Platz 3 liegen das *Wallstreet Journal* und die MBA-Messen QS World MBA Tour mit jeweils 16,84 Prozent. Bei den digitalen Kanälen führt Google mit 46,32 Prozent auf Platz 1, gefolgt von der - überwiegend kostenpflichtigen - Seite FT.com mit 45,26 Prozent. An dritter Stelle liegt LinkedIn mit 38,95 Prozent. 18,95 Prozent und damit fast ein Fünftel der MBA-Interessenten informieren sich über Youtube, 12,63 Prozent über Facebook und 7,37 Prozent über Instagram.

www.carringtoncrisp.com

GMAT-Punktwert:

USA nur auf Platz 45 weltweit

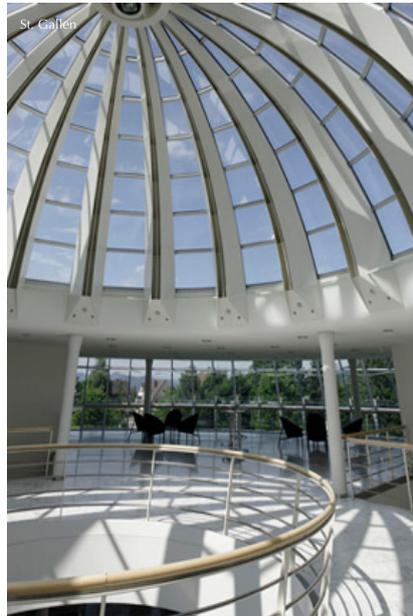
Wer sich für ein MBA-Studium bewirbt - egal ob in Asien, Europa oder den USA - muss häufig den Zulassungstest GMAT ablegen. Der ist zwar eine amerikanische Erfindung, doch im Ländervergleich liegen die USA sogar unter dem weltweiten Mittelwert.

Der Graduate Management Admission Test - kurz GMAT - ist zwar noch immer der am häufigsten abgelegte Zulassungstest für MBA-Programme, doch die meisten Testteilnehmer gibt es inzwischen in Ost- und Südostasien. Während dort im vergangenen Jahr 85.829 Tests abgelegt wurden, waren es in den USA nur 63.945 Tests. Das liegt vor allem an China mit allein 70.473 Tests.

Das zeigen neue Zahlen von 2019 des Graduate Management Admission Council (GMAC), das den GMAT verwaltet. Dabei ist die Zahl der Tests nicht identisch mit der Zahl der Testteilnehmer, da der Test auch mehrfach abgelegt werden kann.

Den besten Punktwert erreichen die Testteilnehmer aus Australien und den pazifischen Inseln mit einem Mittelwert von 616. Platz 2 im Ranking der Weltregionen belegt Ost- und Südostasien mit einem Mittelwert von 578. Es folgen Zentral- und Südostasien mit 572 und Kanada mit 573. Westeuropa liegt bei 568, Osteuropa bei 564 und beide damit noch vor den USA mit 558. Mexiko, die Karibik und Lateinamerika schneiden mit 554 Punkten nur unwesentlich schlechter ab als die USA. Schlusslichter sind Afrika mit 465 und der Mittlere Osten mit 459 Punkten.

Den besten Punktwert bei den einzelnen Ländern legt dabei Neuseeland mit 640 hin. Allerdings wurden dort nur 135 Tests abgelegt, was die Aussagekraft natürlich beschränkt. So lag der Mittelwert 2018 bei 141 Tests nur bei 595. Platz 2 geht an den Vorjahressieger Singapur mit 624 Punkten, aber mit 946 Tests. Dabei hat Singapur in den vergangenen fünf



© St. Gallen

Jahren 21 Punkte zugelegt.

Länder mit einem Mittelwert über 600 sind Australien mit einem Mittelwert von 613, Island mit 610 (aber nur 26 Tests), Argentinien (417 Tests) mit 604, Großbritannien mit 601 bei 1.483 Tests und Slowenien ebenfalls mit 601, allerdings nur 37 Tests. China liegt bei 581 und schneidet damit wesentlich besser als die USA (558) ab. Auch Indien mit 30.590 Tests liegt mit einem Mittelwert von 578 deutlich vor den USA.

Die besten Ergebnisse im Nahen und Mittleren Ost hat die Türkei mit 577 (779 Tests). Erstaunlich niedrig ist dagegen der Mittelwert von 493 in Israel mit immerhin 1.080 Tests. Das sind 30 Punkte weniger als im Iran mit 523 (284 Tests). Saudiarabien gehört mit immerhin 929 Tests und einem Mittelwert von 332 weltweit zu den Schlusslichtern.

Schaut man sich die einzelnen Länder in Europa an, liegt Deutschland mit 3.728 Tests bei 578, Frankreich mit 2.641 Tests bei 564 und Spanien mit 1.196 Tests bei 599 (zehn Punkte mehr als im Vorjahr). In der Schweiz wurden 542 Tests abgelegt und der Mittelwert liegt bei 587. In Österreich sind es 333 Tests und ein Mittelwert von 582. Damit liegt Deutschland auf Platz 15 in Europa hinter Belgien, Österreich und Polen. Dabei wird der GMAT in Europa - vor allem in Deutschland - überwiegend bei der Bewerbung für ein meist konsekutives Master-Studium in Wirtschaft genutzt. In Spanien ist das dagegen anders. Hier dominiert das MBA-Studium mit 72,6 Prozent.

Erstaunlich ist vor allem das relativ schlechte Abschneiden der USA, die weltweit nur auf Platz 45 liegen und auf dem amerikanischen Kontinent nur auf Platz 8. Selbst 26 europäische Länder haben einen höheren Mittelwert. Dabei haben die Amerikaner klare Vorteile, nicht nur, was die Sprache angeht (der Test wird nur auf Englisch durchgeführt), sondern in punkto Testmethodik.

Der Graduate Management Admission Test (GMAT) misst verbale und mathematisch/logische Fähigkeiten und wird computerunterstützt durchgeführt. Die Ergebnisse können zwischen 200 und 800 Punkten liegen. Üblich sind Ergebnisse zwischen 400 und 600 Punkten. An Topschulen in den USA liegt der durchschnittliche Wert teils bei über 700 Punkten.

www.gmac.com

Executive Education

St. Gallen:

Artificial Intelligence for Executives

Die künstliche Intelligenz durchdringt bereits weite Teile unseres Lebens. In einem neuen sechswöchigen Online-Kurs an der Universität St. Gallen lernen Manager, die Grenzen und Möglichkeiten der künstlichen Intelligenz kennen, diskutieren neue Geschäftsmodelle und bekommen Einblicke in Unternehmen und Szenario-Planungen für die strategische Entscheidungsfindung und das Management der künstlichen Intelligenz. Der englischsprachige Kurs startet am 27. Oktober und besteht aus E-Learning-Material und sechs zweistündigen Live-Sessions von 18.30 bis 20.30 Uhr mit Keynotes, Diskussionen und Gruppenarbeiten. Die Kursgebühren liegen bei 2.900 Schweizer Franken.

www.es.unisg.ch

EBS: Hochschulzertifikat von Siemens-Beratern

Die EBS Business School bietet ein neues Zertifikatsprogramm mit dem Abschluss „Digital Transformation Manager (EBS)“ an. Die wissenschaftliche Verantwortung hat ein Manager des Beratungsunternehmens Siemens Advanta, der zudem als Honorarprofessor für Lifecycle Management an der EBS tätig ist. In dem Programm unterrichten sechs Mitarbeiter von Siemens Advanta, eine EBS-Professorin und ein Business Development Director der SRH Hochschule Berlin. Es gibt also ein Hochschulzertifikat fast ohne direkte Beteiligung der Hochschule. Zumal Honorarprofessoren oftmals vor allem günstige Lehrkräfte sind, mit der sich die Hochschulen die Berufung ordentlicher Professoren ersparen, wie die FAZ vor kurzem feststellte und dabei auf eine Hochrechnung von rund 20.000 Honorarprofessoren in Deutschland kommt. Bemerkenswert in diesem Fall ist allerdings, dass die Beratungsfirma Siemens Advanta mit mehr als 500 Consultants Unternehmen bei der digitalen Transformation begleitet. Da ist so ein Managerkurs über digitale Transformation natürlich eine gute Akquise-Möglichkeit. Warum die EBS ihren Kurs weitgehend von einer Beratungsfirma unterrichten lässt und ob diese dafür vielleicht sogar bezahlt hat, bleibt unklar. Die Pressestelle antwortet wie üblich nicht auf eine entsprechende Anfrage. Das Zertifikatsprogramm ist zudem Grundlagentext für den geplanten Master in Business mit Spezialisierung in Digitaler Transformation.

www.ebs.edu

MBAintern

Die nächste Ausgabe erscheint am

3. November 2020

www.MBAintern.de