

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: anzeigen@mba-journal.de

Bildnachweis: Soweit nicht anders angegeben © bei den Schulen oder Anbietern

MBA News

Businessweek: Stanford erneut auf Platz 1.

Zum sechsten Mal in Folge steht die Stanford Graduate School of Business in dem MBA-Ranking von Vollzeit-MBA-Programmen von *Bloomberg Businessweek* auf dem ersten Platz. Auf Platz 2 liegt wieder die Chicago Booth School of Business, gefolgt von der Kellogg School of Management (Vorjahr Platz 7) und der Dartmouth Tuck School of Business und der Darden School of Business an der University of Virginia (Vorjahr beide auf Platz 3).

Die Harvard Business School (HBS) bleibt wie im Vorjahr auf dem sechsten Platz. 2017 belegte sie noch den ersten Platz. Die Wharton School landet auf dem siebten Platz und gewinnt damit gegenüber dem Vorjahr einen Platz.

Den achten Platz belegt die Ross School of Business der University of Michigan (Vorjahr Platz 9), gefolgt von der Tepper School of Business an der Carnegie Mellon University (Vorjahr 18) und der MIT Sloan School of Management auf dem zehnten Platz. Die Columbia Business School fällt von Platz 5 auf Platz 17.

Die Marshall School of Business an der University of Southern California fällt 13 Plätze von 17 auf 30. Die Simon Business School an der University of Rochester kommt auf Platz 28 (Vorjahr 25).

In Europa hat *Businessweek* in einer separaten Liste 19 Schulen gelistet und das Schweizer IMD auf den ersten Platz gesetzt (Vorjahr Platz 3), gefolgt von der spanischen IESE Business School in Barcelona (Vorjahr ebenfalls Platz 2) und der italienischen SDA Bocconi School of Management (Vorjahr Platz 1). Es folgt die London Business School und INSEAD in Frankreich und Singapur. Auf Platz 6 kommt die Universität St.Gallen. Platz 7 und 8 belegen die Oxford Said Business School

und die Cambridge Judge Business School. Die ESADE Business School kommt auf Platz 9, gefolgt von Mannheim Business School (Vorjahr Platz 7). Die ESMT erreicht Platz 14. Auffallend ist erneut das Fehlen der – in diversen anderen Rankings stets hoch bewerteten – HEC Paris.

In Kanada wurde sechs Schulen gerankt. Platz 1 erreicht – wie im Vorjahr – die Ivey School of Business an der Western University, gefolgt von der John Molson School of Business an der Concordia University und HEC der Montreal.

Platz 1 in Asien-Pazifik, wo diesmal neun Schulen (Vorjahr sechs) gerankt wurden, belegt die Hong Kong University of Science and Technology (HKUST) Platz 1, gefolgt von der Shanghai University of Finance and Economics und dem Indian Institute of Management Bangalore.

Weltweit wurden 111 Schulen gerankt. Grundlage sind die Daten von den teilnehmenden Schulen sowie die Antworten von Studenten, Alumni und Arbeitgebern auf Umfragen. Bewertet wurden fünf Indizes: Vergütung, Lernen, Vernetzung, Unternehmertum und Vielfalt. Bei den US-Programmen wird die Vergütung mit 37,5 Prozent am stärksten gewichtet, während „Lernen“ 25,5 Prozent und „Networking“ 18,6 Prozent erhält. Unternehmertum wird mit 11,4 Prozent gewichtet und Vielfalt mit 6,6 Prozent. Die Prozentzahlen wurden gegenüber dem Vorjahr geändert. Für Schulen außerhalb der USA wurde die Gewichtung leicht abgeändert. Befragt wurden 5.292 Studierende, 9.222 Alumni und 734 Arbeitgeber.

www.bloomberg.com

Fortune: Ranking mit Fragezeichen

Auf Platz 1 im Ranking des US-Magazins *Fortune* zu den besten Vollzeit-MBA-Program-

EDITORIAL

Ranking-Season



Im Herbst ballt es sich stets. Dann erscheinen zahlreiche Ranglisten von Business Schools bzw. MBA-Programmen. *Fortune*, *Bloomberg Businessweek*, *Financial Times*, *QS* und Newcomer *LinkedIn*. Auch wenn viele Dekane der Business Schools Rankings verabscheuen, die große Mehrheit der Schulen macht dennoch mit. Denn: Höhere Rangplätze bringen mehr Bewerber und Studierende in die Programme. Sie erfreuen Alumni, die dann mehr für ihre Schule spenden. Sie helfen bei der Anwerbung von Professoren und Lehrkräften. Und sie sind oftmals Bestandteil der Leistungsbeurteilung der Dekane. Und nicht zu vergessen: Die Unternehmen, die bevorzugt Absolventen einstellen, die an einer hoch gerankten Schule studiert haben. Da schaut man dann nicht so genau hin. Hauptsache eine Topschule. Doch je nachdem, nach welchen Kriterien und mit welchen Daten ein Ranking erstellt wird, lässt sich das Ergebnis wunderbar manipulieren.

Dann sind da noch die Medien, die vor allem scharf auf das Clickbaiting sind, also möglichst viele Klicks auf ihre Website. Umso mehr Klicks, umso teurer lassen sich die Anzeige drumherum verkaufen. Die werden manchmal so geschickt zwischen die gerankten Schulen platziert, dass man schnell übersieht, dass es sich ja gar nicht um die Bewertung einer Schule, sondern um eine gekaufte Anzeige handelt.

Rätselhaft ist, was sich *LinkedIn* bei seinem ersten globalen MBA-Ranking gedacht hat. Die Kriterien sind natürlich – wie bei jedem Ranking – fragwürdig. Aber das sich *LinkedIn* offenbar nicht mal – und leicht erkennbar – an seine eigene Kriterien hält, kann man eigentlich nur als Nachlässigkeit oder Dreistigkeit bewerten.

Der Faszination der Ranglisten tut das alles keinen Abbruch. Eine gute Platzierung ist alles. Und inzwischen haben die Business Schools aufgerüstet und Experten eingestellt, die genau wissen, wie man gut abschneidet. Und so wundert man sich, dass so manche Schule plötzlich in fast allen Rankings hervorragend abschneidet. Manchmal reicht da schon eine kleine Veränderung. Daten müssen nur anders zugeordnet oder ausgewählt werden. Manche Schulen probieren es auch mit handfestem Betrug und riskieren aufzufliegen. Auch das ist schon mehrfach passiert.

Bärbel Schwertfeger

Stanford Business School



Harvard Business School

© Rose Lincoln



men in den USA steht zum vierten Mal in Folge die Harvard Business School. Es folgen die Chicago Booth School of Business, die Kellogg School of Management, die Wharton School und die Columbia Business School. Die Stanford Graduate School of Business, die im letzten Jahr den zweiten Platz belegte, fällt auf den sechsten Platz zurück. Die Haas School of Business der UC Berkeley, die im letzten Jahr schlecht abschnitt, fällt noch mal um zwei Plätze auf Rang 16 zurück.

Dagegen hat sich die Olin Business School der Washington University gegenüber dem Vorjahr um 18 Plätze auf Rang 21 verbessert. Das Scheller College of Business der Georgia Tech ist um neun Plätze auf Rang 19 aufgestiegen. Die Yale School of Management rutscht um elf Plätze auf Rang 15 ab und die Anderson School of Management der UCLA fällt sieben Plätze auf Rang 23 zurück.

Business Schools, die lange Zeit zu den Top 25 gehörten, sind entweder ganz aus dem Ranking gefallen oder liegen weit unter ihren bisherigen Platzierungen. Die McDonough School of Business am der Georgetown University, die im letzten Jahr auf Platz 23 lag, ist in dieser Liste nicht vertreten. Ebenso die Simon School of Business an der Rochester University, die zuvor auf Platz 29 lag, das Eli Broad College of Business an der Michigan State University (Platz 31) oder die Olin Graduate School of Business am Babson College (Platz 50). Die Kenan-Flagler Business School an der University of North Carolina und die Kelley School of Business an der University of Indiana, die fast immer zu den Top 25 gehören, stehen auf Platz 26 bzw. 34.

Knapp vier von zehn (38 Prozent) der 72 Schulen, die gerankt wurden, verzeichneten im Vergleich zum Vorjahr zweistellige Zu- oder Abnahmen und das obwohl sich ihre MBA-Programme kaum oder gar nicht verändert haben.

Die MBA-Programme des Baruch College in New York und der University of San Diego fielen im Vergleich zum Vorjahr um 29 Plätze auf Platz 71 bzw. 87. Die University of Denver verlor 28 Plätze und liegt nun auf Rang 83, während die Rutgers Business School und die Business School der Bentley University jeweils 24 Plätze einbüßten und nun auf Rang 62 bzw. 89 liegen.

In diesem Jahr änderte Fortune seine Methodik und bezog unter anderem den durchschnittlichen GPA der neu zugelassenen Studenten (3 Prozent), den Median der GMAT-Ergebnisse der Klasse (7 Prozent), die Aufnahmequote (5 Prozent), die ange-

nommenen Studienplätze (3 Prozent), die Verbleibquote (5 Prozent) und die Abschlussquote (10 Prozent), die Studiengebühren außerhalb des Landes (5 Prozent), die frühere Rangliste von Fortune (2 Prozent), die Vermittlungsquote (15 Prozent), den Median des Grundgehalts (25 Prozent) und eine Fortune-1000-Bewertung (20 Prozent) für Schulen ein, die mehr Absolventen in C-Suite-Positionen bei Fortune-1000-Unternehmen haben. Dies ist eine wesentliche Änderung in der Art und Weise, wie Fortune die MBA-Programme bewertet. Zuvor basierte das Ranking zu 65 Prozent auf dem Gehalt und der Platzierung. Jetzt sind es 40 Prozent.

Komplett gestrichen wurde dagegen beim vierten Fortune-Ranking so genannte „Mar-

kenumfrage“, die auf Interviews mit „Tausenden von Geschäftsleuten und Personalchefs“ basierte, und 25 Prozent ausmachte. Dafür verdoppelte Fortune die Gewichtung (von 10 auf 20 Prozent) von MBA-Absolventen, die als C-Suite-Führungskräfte in Fortune 1000-Unternehmen tätig sind.

www.fortune.com

LinkedIn veröffentlicht fragwürdiges MBA Ranking

MBA Rankings gibt es wie Sand am Meer und sie sind ein beliebtes Marketinginstrument des Herausgebers. Nun hat LinkedIn ein internationales Ranking herausgegeben und wirbt eifrig damit.

Bereits 2023 gab es bei LinkedIn ein erstes MBA Ranking, allerdings ausschließlich mit amerikanischen Business Schools. Dieses Jahr bezog man auch internationale Schulen mit ein und verdoppelte die Anzahl der Schulen auf hundert.

Das Ergebnis: Stanford auf Platz 1, gefolgt von INSEAD und Harvard. Es folgen die Wharton School und die MIT Sloan School auf Platz 4 und 5. Kellogg, Dartmouth Tuck, Columbia Business School und Chicago Booth belegen die Plätze 7 bis 10.

Auf Platz 6 liegt die Indian School of Business. Überhaupt schnitten die indischen Programme sehr gut ab. Das IIM Ahmedabad belegt Platz 19. IIM Calcutta, IIM Bangalore und IIM Lucknow schafften es in die Top 30 auf Platz 24, 27 bzw. 29. Das IIM Indore kommt auf Platz 46. Das Indian Institute of Foreign Trade auf Platz 51.

Dass die Inder so gut abschneiden, liegt daran, dass Inder häufiger auf LinkedIn zu fin-

Anzeige

Excellence in
Management
Education

WHU
Otto Beisheim School of Management

Ready for the next step in your career?



**Full-Time
MBA Program**
(Incl. 30 days of
international course
experiences)
12 months
Start: September

**Part-Time
MBA Program**
(Classes approx. two
weekends per month,
Saturdays and Sundays)
24 months
Start: September

**Global Online MBA
Program**
(Online Live Teaching
Sessions on Saturdays)
24 months
Start: March and
September



Financial Times Rankings
#1 Full-Time MBA in Germany
#1 Business School in Germany



WHU – Otto Beisheim School of Management, mba@whu.edu, www.mba.whu.edu

den sind. Sie stellen laut Statista das zweitgrößte Land der LinkedIn-Nutzer nach den USA. 130 Millionen Inder nutzten LinkedIn im April 2024. In den USA waren es 230 Millionen, in Deutschland nur 18 Millionen. Die WHU – Otto Beisheim School of Management kommt dennoch auf Platz 14 – noch vor der IESE Business School und der HEC Paris. Das ist allerdings seltsam. Denn laut LinkedIn müssen die Programme insgesamt mindestens 1.500 Alumni aufweisen, von denen mindestens 400 ihren Abschluss zwischen 2019 und 2023 gemacht haben – was beim Vollzeit-MBA-Programm der WHU nicht der Fall sein dürfte, zumal nicht jeder MBA-Absolvent auch auf LinkedIn ist.

Dementsprechend sind andere deutsche Schulen nicht dabei, wohl weil die Anzahl der MBA-Alumni zu gering ist. Denn im Gegensatz zu amerikanischen und indischen Schulen haben Klassen im Vollzeit-MBA in Deutschland nur sehr selten mehr als hundert Teilnehmende.

Ähnliches gilt für das IMD in Lausanne, das jahrelang mit 90 Studierenden ein relativ kleines MBA-Programm hatte. 97 Studierende waren es im Jahr 2021, 104 im Jahr 2022 und 105 dieses Jahr. Laut Ranking würde das aber bedeuten, dass in fünf Jahren 400 Alumni auf LinkedIn aktiv gewesen sind.

Die Platzierung hat nichts mit der Qualität der Programme zu tun. Sie gibt allerdings Hinweise, wie ernst ein Ranking zu nehmen ist, das seine eigenen Kriterien offenkundig nicht einhält.

Bei den chinesischen Schulen sind die CEIBS und die Hong Kong University of Science and Technology, die in anderen Rankings recht weit vorn liegen, in die Top 50 gerückt (auf den Plätzen 41 und 49). Mehrere MBA-Programme wie Shanghai University of Finance and Economics, die Fudan University, die Peking University und die Hong Kong University tauchen in der LinkedIn-Rangliste überhaupt nicht auf. Der Grund teilt LinkedIn nicht mit. Seit 2023 ist LinkedIn.com für Einzelmitglieder mit Sitz auf dem chinesischen Festland nicht mehr zugänglich.

Das Ranking basiert auf LinkedIn-Daten zu fünf Kriterien: Einstellungsrate und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt, berufliche Weiterentwicklung, Stärke des Netzwerks, Führungspotenzial und Geschlechtervielfalt. Personalgewinnung und -nachfrage verfolgt



© pixabay geralt

die Einstellungsrate und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt mit Fokus auf Absolventen zwischen 2019 und 2023. Diese Untersuchung basiert auf LinkedIn-Daten zur Personalsuche sowie auf InMail-Daten zur Kontaktaufnahme von Personalverantwortlichen. Bei Entwicklungsmöglichkeiten geht es um Beförderungen von aktuellen Absolventen. Zudem wird bewertet, wie schnell Alumni – auf der Grundlage standardisierter Jobbezeichnungen – Führungspositionen auf Direktor- oder Vice President Ebene erreicht haben. Die Stärke des Netzwerks misst, wie stark Alumni desselben Studiengangs miteinander verbunden sind. Darüber hinaus bewertet sie die Qualität des Netzwerks von Absolventen (2019–2023) auf Grundlage der durchschnittlichen Anzahl ihrer Kontakte in Management- oder Führungspositionen. Zudem zählt die Wachstumsrate des Netzwerks von Absolventen vor und nach ihrem Abschluss zur Bewertung. Diese Einschätzung basiert auf den LinkedIn-Kontakten der Mitglieder. Führungspotenzial gibt den Prozentsatz der Alumni an, die nach einem MBA unternehmerisch tätig sind oder Erfahrungen in der Geschäftsführung sammeln. Geschlechtervielfalt misst die Geschlechterparität unter aktuellen Absolventinnen und Absolventen. LinkedIn gibt keinen Hinweis darauf, wie jede der fünf Säulen gewichtet ist. Es gibt keine Transparenz darüber, wie die einzel-

nen Schulen bei den einzelnen Säulen (außer die ersten fünf Programme) abschneiden. Bei der Jobvermittlung steht die Lubin School of Business der Pace University in New York an erster Stelle. Die Schule veröffentlicht laut *Poets&Quants* nicht mal einen Employment Report ihrer MBA-Studierenden, wie er bei amerikanischen Schulen üblich ist und hat zudem vor allem Teilzeit-MBAs.

Um teilnehmen zu können, müssen MBA-Programme in Vollzeit absolviert werden und eine Akkreditierung von AACSB oder EQUIS haben. Die Programme müssen insgesamt mindestens 1.500 Alumni aufweisen, von denen mindestens 400 ihren Abschluss zwischen 2019 und 2023 gemacht haben. Executive MBA-, Teilzeit-MBA- und zertifikatsbasierte MBA-Programme wurden ausgeschlossen. Die Analyse basiert auf LinkedIn-Daten, die aus anonymisierten und aggregierten Profilangaben von LinkedIn-Mitgliedern weltweit abgeleitet wurden.

www.linkedin.com

HEC Paris startet einjähriges MBA-Programm

Ab Januar 2025 bietet die HEC Paris Business School ein neues Format ihres MBA-Programms an, das es den Studierenden ermöglicht, das Studium in zwölf statt der üblichen 16 Monate zu absolvieren. Es richtet sich an Berufstätige, die früher ins Berufsleben zurückkehren wollen.

Das Programm hat wie das längere Programm eine Auswahl von sieben Spezialisierungen (Strategy Marketing, Strategy, Data and AI for Business Transformation, Advanced Management, Sustainable and Disruptive Innovation, Finance and Entrepreneurship). Es bietet globale Vernetzungsmöglichkeiten, eine personalisierte Karriereentwicklung und Zugang zum Alumni-Netzwerk der HEC Paris mit mehr als 80.000 Personen in 152 Ländern.

Die kürzere Option bietet ein engeres Spektrum an Anpassungsmöglichkeiten und umfasst fünf Intensives, die in dreitägigen Blöcken viermal im Jahr stattfinden. Diese Kurse befassen sich mit beruflichen und branchenspezifischen Fähigkeiten und decken ein breites Spektrum an Themen ab, von Blockchain und Fundraising bis hin zu Führung und Investitionen. Sie werden auf dem Campus in Jouy-en-Josas oder im HEC UK Alumni House in London abgehalten.

„Wir freuen uns sehr, die zwölfmonatige MBA-Option offiziell anzukündigen“, sagte

Unterricht in der HEC Paris



© HEC Paris

Brad Harris, Associate Dean of MBA Programs an der HEC Paris. „Wir haben diese Option über mehrere Zyklen hinweg in aller Ruhe getestet und sind zuversichtlich, dass wir eine transformative Erfahrung bieten können, die sowohl den Zielen potenzieller Studierender als auch den Erwartungen von Unternehmen entspricht, die High-Potentials fördern wollen.“

Die Studiengebühren für die zwölfmonatige Version belaufen sich auf insgesamt 98.000 Euro und sind damit genauso hoch wie für das 16-monatige Programm.

Damit passt sich die HEC Paris der Konkurrenz an. Das südöstlich von Paris gelegene INSEAD bietet einen zehnmonatigen MBA für 103.500 Euro an. Die ESCP in Paris hat einen MBA in zehn Monaten für 57.000 Euro. Die 1881 von der Industrie- und Handelskammer gegründete HEC Paris gehört zu den führenden Business Schools in Europa. Sie bietet zahlreiche Master-Programme an, darunter einen Vollzeit MBA, den HEC Executive MBA und den TRIUM Global Executive MBA. Sie hat eine dreifache internationale Akkreditierung (AACSB, AMBA und EQUIS).

www.hec.edu

MBA Hintergrund

USA wieder beliebtestes Studienland

Die USA haben Großbritannien als beliebtestes internationales Studienziel überholt, wie die neueste Studie „Business of Branding“ von der Beratung CarringtonCrisp in Zusammenarbeit mit der EFMD (European Foundation of Management Development) zeigt.

Mehr als zwei Fünftel der Befragten (42 Prozent) wählten die USA, knapp ein Drittel (32 Prozent) Großbritannien. In der Studie von 2022 lag Großbritannien noch mit 40 Prozent an erster Stelle und die USA mit 35 Prozent an zweiter Stelle.

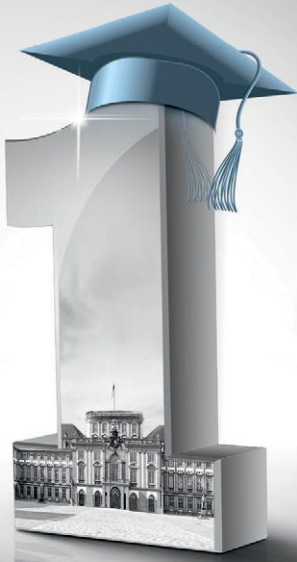
In der Umfrage, die unter 1.934 angehenden Wirtschaftsstudenten aus über 30 Ländern durchgeführt wurde, sind die nächstbeliebten Ziele Kanada (30 Prozent), Australien und Neuseeland (26 Prozent) und Deutschland (18 Prozent) vor Frankreich (14 Prozent).

„Der Vergleich mit der vorherigen Studie zeigt, dass sich die Wahrnehmung der Länder schnell ändern kann, wobei die Politik einen großen Einfluss hat“, meint Andrew Crisp, Autor der Studie. So hätten negative Schlagzeilen über die Politik der britischen Regierung gegenüber internationalen Studierenden die Stimmung im Jahr 2023 beeinflusst. Mit der neuen Regierung, die positivere Töne in Bezug auf internationale Studierende an-

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
BUSINESS SCHOOL

www.mannheim-business-school.com





schlägt, und einer potenziell kontroversen Wahl in den USA im November könnte sich die Einstellung zu diesen beiden Ländern als Studienziele erneut ändern.“

Auch die kürzlich angekündigten Obergrenzen für die Zahl der internationalen Studenten in Australien könnten dazu führen, dass sich wieder mehr Studierende für Großbritannien oder Kanada entscheiden.

Die Hälfte der Befragten (50 Prozent) glaubt, dass die USA mehr als andere Länder eine breite Auswahl an guten Business Schools für internationale Studierende haben. Von Großbritannien glauben das 46 Prozent, von Kanada 31 Prozent und von Deutschland 30 Prozent.

Bei der Frage nach den teuren Studienzielen liegen die USA mit 49 Prozent an erste Stelle,

gefolgt von Großbritannien (41 Prozent) und Deutschland mit 26 Prozent. Eine Arbeitsmöglichkeit nach dem Studium sehen die meisten in den USA (46 Prozent), in Großbritannien (43 Prozent) und in Kanada (38 Prozent). Deutschland liegt an vierter Stelle mit 33 Prozent. Von neun Ländern wird USA von 47 Prozent eine starke Wirtschaft zugesprochen. Für Deutschland tun dies 36 Prozent. Die USA sind bei potentiellen MBA-Studierenden am beliebtesten (44 Prozent), ebenso bei den Männern (41 Prozent). Kanada ist bei den Frauen (29 Prozent) beliebter als bei den Männern (25 Prozent). Großbritannien und Deutschland sind bei angehenden Postgraduate-Studierenden gefragt.

Die Triple Crown, also die Akkreditierung von AACSB, AMBA und EQUIS ist für Studieninteressierte am wenigsten wichtig, obwohl sie ein Indikator für Qualität ist. Allerdings sind manche Akkreditierungen in einigen Teilen der Welt wenig bekannt, was darauf hindeutet, dass nur eine der drei Akkreditierungen ausreichend sein könnte. MBAs wollen am ehesten eine Schule, die gut gerankt ist. Das Großbritannien (45 Prozent) wird als gastfreundlichstes Land für internationale Studierende gesehen, gefolgt von Kanada (44 Prozent), den USA (41 Prozent), Australien (32 Prozent) und Deutschland (31 Prozent). Als am wenigsten gastfreundlichen Länder werden China und Indien (jeweils 16 Prozent) gesehen.

In der Studie wurde auch untersucht, welche Aspekte von Business Schools aus Sicht der Studierenden am wertvollsten sind. Internationale Studienmöglichkeiten (27 Prozent) werden als am wichtigsten angesehen, ge-

USA wieder beliebt



folgt von Programmen für Unternehmensgründungen/kleine Unternehmen (25 Prozent), der Arbeit an Live-Beratungsprojekten mit Unternehmen (24 Prozent), dem Absolvieren eines Praktikums/einer Arbeitserfahrung (24 Prozent) und dem Erwerb digitaler Fähigkeiten, wie z. B. Programmierkenntnisse (21 Prozent).

www.carringtoncrisp.com

INSEAD: Ein MBA ist gut für Unternehmer

Oftmals wird der Wert eines MBA-Studiums in Frage gestellt, wenn man ein erfolgreiches Start-up leiten will. Eine Umfrage unter Mitgliedern der INSEAD-Community zeigt jedoch, dass der Besuch einer Business School dazu beitragen kann, dass jedes unternehmerische Vorhaben bessere Chancen auf eine größere Wirkung und den langfristigen Erfolg hat. Laut dem „INSEAD Alumni Entrepreneurship Report 2024“ haben 73 Prozent der befragten INSEAD-Absolventen oder nach ihrer Zeit an der Business School mit unternehmerischen Aktivitäten begonnen. Mehr als 17 Prozent der Unternehmungen sind Großunternehmen mit über hundert Mitarbeitern. Wenn INSEAD-Absolventen bestehende Unternehmen übernehmen, erzielen sie schnell Ergebnisse: 30 Prozent erreichen im ersten Jahr ein Wachstum von mindestens elf Prozent. Die Befragten gaben an, dass 86 Prozent ihrer Neugründungen und 75 Prozent ihrer unternehmerischen Bemühungen während oder nach ihrer Ausbildung am INSEAD initiiert wurden. Darüber hinaus haben zwei Drittel mehr als ein Unternehmen gegründet, wobei jeder Absolvent durchschnittlich 3,5 Unternehmen gegründet hat. Die Umfrage ergab weitere wichtige Erkenntnisse, darunter einen wachsenden Trend unter den jüngsten INSEAD-Absolventen, soziale Aufgaben in neue Unternehmen zu integrieren. Insgesamt 33 Prozent der neuen Unternehmen, die vor einem bis 15 Jahren gegründet wurden, haben eine soziale Mission, wobei der Schwerpunkt zunehmend auf Bereichen wie Nachhaltigkeit und Gesundheitswesen liegt. Bei den Unternehmen, die vor mehr als 30 Jahren gegründet wurden, sind es dagegen nur 15 Prozent. Obwohl die meisten Unternehmen nach wie vor auf Gewinn ausgerichtet sind, ist diese Verlagerung hin zu sozialem Unternehmertum von Bedeutung. Darüber hinaus hat ein Viertel der Befragten Unternehmen übernommen, wobei die meisten dieser Übernahmen nach dem Studienabschluss erfolgten. Von diesen Übernahmen verzeichnete fast die Hälfte ein



© INSEAD

Umsatzwachstum von elf Prozent oder mehr im ersten Jahr ihrer Tätigkeit, während 80 Prozent heute noch aktiv sind, was auf eine hohe Erfolgsquote hindeutet.

www.insead.edu

Executive Education

Chicago Booth:

Leading with an Innovation Mindset

Unternehmen müssen sich den Herausforderungen bei der Anpassung an den schnellen Wandel stellen. Das Programm soll Führungskräften helfen, bessere Ideen zu entwickeln, einfallsreicher zu werden und sich eine Innovationsmentalität zu eigen zu machen - alles Voraussetzungen, um effektiv auf die immer schneller werdende Technologie zu reagieren. Unter der Leitung von Justin Milano, einem erfahrenen Executive Coach, erfahren die Teilnehmenden, wie sie sich die Kraft der Innovationsmentalität zunutze machen können. Sie werden die Hindernisse für Innovationen erforschen und Strategien entwickeln, die eine Kultur der Sicherheit, Offenheit und Ermächtigung am Arbeitsplatz schaffen. Die Teilnehmenden werden häufige Hindernisse für eine innovative Denkweise erkennen, entdecken, wie sich Furcht und Angst auf die Reaktionen der Menschen auf Veränderungen auswirken und den Zusammenhang zwischen Selbstwertgefühl und Widerstand gegen Veränderungen erforschen. Das Online-Programm besteht aus Modulen zum Selbststudium, Live-Online-Sitzungen und einer proprietäre Umfrage- und Selbstcoaching-Plattform, die von Führungskräften genutzt wird. Das Programm richtet sich an

Führungskräfte der mittleren bis oberen Ebene. Der Termin ist von 3. Dezember 2024 bis 3. Februar 2025. Die Kosten liegen bei 2.800 Dollar.

www.chicagobooth.edu/executiveeducation

IMD: Leading under Pressure

Hinter den meisten kritischen Situationen und ihren Ergebnissen stehen Einzelpersonen und Teams, Geschichten von menschlichem Versagen und Führungsversagen, aber auch Geschichten von Erfolg. Wenn man untersucht, warum diese Situationen entstehen und wie sie gemeistert werden, kann man daraus wichtige Lehren für die Führung ziehen, die sich auf die Wirtschaft und den Alltag übertragen lassen. Das Programm „Leading Under Pressure“ vermittelt Führungsqualitäten, die man benötigt, um entscheidende Momente des Aufruhrs, der Komplexität und der Krise zu meistern. Die Teilnehmenden lernen, wie das menschliche Gehirn auf Unsicherheit und Stress reagiert und wie sie Warnsignale frühzeitig erkennen können. Anhand von Fallstudien erhalten sie Einblicke in die Rolle von Emotionen in kritischen Szenarien und entwickeln Techniken für eine effektive Entscheidungsfindung unter Druck. Sie überprüfen ihren Führungsansatz und lernen, wie sie belastbare Teams aufbauen können, die in schwierigen Situationen zu Höchstleistungen fähig sind. Geleitet wird es von George Kohlrieser, Professor of Leadership and Organizational Behavior, und Samah Abadir, Adjunct Professor of Leadership and Negotiation. Sie verfügen über umfangreiche Erfahrungen mit Geiselnverhandlungen und Konfliktmanagement.

Das dreitägige Training findet auf dem Campus in Lausanne statt. Es kostet 7.900 Schweizer Franken und beginnt am 25. November

www.imd.org



© Schwerfeger

MBAintern

Die nächste Ausgabe erscheint am

5. November 2024

www.MBAintern.de