

„Steigendes Interesse an nachhaltigen Geschäftsmodellen“

JUBILÄUM. Vor 75 Jahren bot die University of Chicago Booth School of Business den weltweit ersten Executive MBA an. Für ihn warb die Business School, dass die Teilnehmer an den neuesten Forschungsergebnissen teilhaben könnten. Rachel Waites, Director of Recruitment and Admissions am Londoner Campus, zieht eine Bilanz.

75 Jahre sind ein stolzes Alter für einen Studiengang ...

Rachel Waites: Der Markt und damit auch die Konkurrenz sind natürlich enorm gewachsen. Heute gibt es weltweit mehr als 300 Executive MBA Programme. Trotzdem erfreut sich unser Programm noch immer einer stabilen Nachfrage und zwar an allen drei Standorten in Chicago, London und Hongkong, wo jeweils rund 75 Teilnehmer im Jahr mit dem Studium beginnen. Insgesamt haben wir an drei Standorten weltweit etwa 227 Studenten.

Aus welchen Ländern kommen die Teilnehmer? Und wie groß ist der US-Anteil?

Waites: In der aktuellen Klasse in Chicago sind 63 Prozent Amerikaner und 97 Prozent leben in den USA. In London haben wir zehn Prozent Briten und 20 Prozent leben in Großbritannien. Und in Hongkong sind 13 Prozent Chinesen und 25 Prozent der Teilnehmer leben dort. Während des 21-monatigen Studiums verbringen alle drei Gruppen insgesamt fünf Wochen miteinander an den drei Standorten.

Wie unterscheidet sich das Studium an den drei Standorten?

Waites: Überhaupt nicht. Das sind dieselben Inhalte, dieselbe hohe Qualität und dieselben Professoren. Bei uns unterrichten nur unsere eigenen Professoren.

Also ist es ein sehr amerikanisches Programm?

Waites: Unsere Professoren sind sehr international. Sie leben zwar in Chicago, kommen aber aus aller Welt. Auch die Fallstudien sind global. Und außerdem ist ein amerikanischer MBA für viele auch

weiter attraktiv. Schließlich ist es das Original. Die University of Chicago Booth School of Business hat einen sehr guten Ruf in der Forschung. Die University of Chicago hat 90 Nobelpreisträger, acht davon gingen aus der Business School hervor. Erst 2017 hat Richard Thaler den Nobelpreis in Wirtschaftswissenschaften bekommen.

Was bringt das dem MBA-Studenten?

Waites: Die Qualität unserer Forschung zieht Topprofessoren aus der ganzen Welt an. Unsere Lehre ist daher akademisch fundierter als es in manch anderen Programmen der Fall ist. Und unsere Teilnehmer haben Zugang zur neuesten Forschung.

Derzeit ist die Digitalisierung der große Trend. Beim Blick in Ihren Lehrplan findet man dazu nichts.

Waites: Ein MBA ist per Definition ein General-Management-Programm mit Kernfächern wie Finance, Operations und Strategie und die haben sich seit 75 Jahren nicht verändert. Kurse zu den aktuellen Trendthemen gibt es bei uns in den Wahlfächern. Besonders gefragt sind dabei Kurse zu Fintech, Big Data, Private Equity und Entrepreneurial Finance, also Investitionen in eigene oder andere Start-ups. Zudem können unsere Alumni für geringe Gebühren jedes Jahr im Sommer einwöchige Kurse in Chicago besuchen und erfahren dort das Allerneueste.

Und wie sieht es mit Teilnehmern aus Deutschland aus?

Waites: Unter den 75 Teilnehmern in London haben wir meist fünf bis sieben

Deutsche. Das ist zwar eine recht kleine Gruppe, aber durchaus repräsentativ für Deutsche in Executive-MBA-Programmen. Oft kommen sie eher aus global tätigen Unternehmen wie BMW oder Siemens, die besser verstehen, welche Vorteile ein globaler MBA bringt. Etliche sind aber auch aus dem Mittelstand oder aus Familienunternehmen, die sich zum Beispiel neu ausrichten wollen. Grundsätzlich gibt es inzwischen in Deutschland heute ein besseres Verständnis darüber, was ein gutes MBA-Studium ist.

Warum entscheiden sich die Teilnehmer für einen Executive MBA?

Waites: Traditionell haben wir drei Typen: Die „Advancer“, also diejenigen, die mithilfe des MBA-Abschlusses in ihrer Karriere weiterkommen möchten. Das ist noch immer die größte Gruppe. Dann gibt es die „Changer“, die in eine andere Funktion oder Branche wechseln wollen und schließlich die „Entrepreneurs“, die selbst ein Unternehmen gründen oder bei einem Start-up mitmachen wollen. Inzwischen haben wir aber noch eine neue Kategorie und das sind die „Explorer“. Sie nutzen das MBA-Studium, um ihre Talente und Interessen zu entdecken oder neue Ideen zu testen. Ein Grund dafür ist natürlich, dass sich die Teilnehmer heute stärker aus persönlichem Interesse für einen Executive MBA entscheiden.

Weil immer weniger Unternehmen ihre Mitarbeiter beim Studium unterstützen?

Waites: Ja, das ist weltweit der Fall. Heute gibt es nur noch sehr wenige Firmen, die ein formales Arrangement für ein MBA-Studium haben. Das ist zuneh-



Foto: University of Chicago

Rachel Waites. Sie ist Director of Recruitment and Admissions am Londoner Campus der University of Chicago Booth School of Business, die den „Executive MBA“ erfunden hat.

mend eine persönliche Angelegenheit. Ich rate Interessenten daher, zuerst mit ihrem Vorgesetzten zu sprechen und sich sein O. K. zu holen. Erst dann sollten sie zur HR-Abteilung gehen, am besten gemeinsam. Oftmals bewerben sich Interessenten auch zunächst bei uns, warten auf die Zulassung und gehen erst dann zu ihrem Chef und holen sich die formale Zustimmung von der Firma. Man muss eben ein Arrangement mit seinem Arbeitgeber treffen, etwa indem man zusichert, noch einige Jahre bei der Firma zu bleiben.

Und wie kann ich meinen Arbeitgeber überzeugen?

Waites: Sie müssen in die Schuhe des Unternehmens schlüpfen und herausfinden, welcher Return on Investment für das Unternehmen drin sein kann. Überlegen Sie, bei welchen Herausforderungen das Studium hilfreich sein könnte. Ein Fall wäre zum Beispiel die Ausweitung der Aktivitäten in China. Wenn ein Interessent ein Thema gefunden hat, können wir ihm auch den Kontakt zu Alumni vermitteln, die ihrer Firma genau in so einer Situation geholfen haben. Allein schon die globale Zusammensetzung unserer Klasse kann natürlich Vorteile bringen. Unsere Teilnehmer sind im Schnitt 37 Jahre alt und haben 13 Jahre Berufserfahrung. Da findet so mancher auch einen Geschäftspartner oder Investor. Bei uns bekommen

Sie nicht nur einen MBA-Abschluss, sondern auch Zugang zu einem weltweiten Netzwerk mit 53.000 MBAs.

In der aktuellen Klasse sind nur 22 Prozent Frauen ...

Waites: Ja, das ist leider meist so beim Executive MBA. Für die neue Klasse haben wir 35 Prozent Frauen unter den Bewerbern. Allerdings haben wir auch ein neues Stipendium für Frauen.

Wie hoch ist der Anteil der Teilnehmer, die auch finanziell unterstützt werden? Immerhin liegen allein die Studiengebühren allein bei 159.000 Dollar.

Waites: Etwa die Hälfte bekommt finanzielle Unterstützung von ihrem Arbeitgeber. Das reicht dann von 20 bis 100 Prozent der Studiengebühren. Einige entscheiden sich auch bewusst dafür, selbst zu zahlen, um unabhängiger zu sein.

Welche Trends sehen Sie derzeit?

Waites: Es gibt ein steigendes Interesse beim Thema Social Innovation, also daran, nachhaltige Geschäftsmodelle zu verfolgen. Das Thema Leadership ist definitiv wichtiger geworden. Und auch unser Karriereservice, der den Studenten und Alumni kostenlos und lebenslang Beratungs- und Karrierecoachings anbietet, hat an Bedeutung gewonnen.

Interview: Bärbel Schwertfeger ●

Zentralstelle für Fernstudien an Fachhochschulen - ZFH



Einfach clever: Fernstudium



Mit MBA & Master berufsbegleitend zum Ziel

- **18 Hochschulen**
- **über 70 Fernstudienangebote**
- **Wirtschaft, Technik & Soziales**



Information: Telefon +49 261 91538-0 • fernstudium@zfh.de

