

Argumente für Interessenten

Trends Eine neue Studie vom Staufenberg Institut stellt den Schweizer MBA-Anbietern im europäischen Wettbewerb ein gutes Zeugnis aus. **Allen voran IMD und HSG überzeugen – aber auch die PHW hält mit.**

HELGA WIENRÖDER UND NORMAN C. BANDI

Die neue «MBA Trends-Studie 2015/16» des deutschen Recruiting-Dienstleisters Staufenberg Institut bestätigt die sich seit längerer Zeit abzeichnende Entwicklung, dass vor allem bei den grössten Schweizer Anbietern die Zahl der internationalen Studenten gewachsen ist: Beim MBA General Management am privaten International Institute for Management Development (IMD) in Lausanne kommen 97 Prozent aus dem Ausland, beim The St. Gallen MBA der Universität St. Gallen (HSG) sind es 68 Prozent.

Das Durchschnittsalter der MBA-Absolventen in der zuletzt gestarteten Klasse in Europa ist 33 Jahre. Die Bandbreite liegt zwischen 26 und 45 Jahren. Die durchschnittliche Berufserfahrung der Teilnehmer in Europa ist 7 Jahre. Die Bandbreite liegt zwischen 3 und 19 Jahren.

Grosse Schwankungen bei Frauen

Der Frauenanteil beträgt im Schweizer Schnitt etwa ein Drittel: Am IMD sind es zwar erst 30 Prozent, an der HSG immerhin 38 Prozent. Zum Vergleich: Beim MBA in Responsible Management der französischen Audencia Nantes School of Management sind 48 Prozent der Teil-

nehmer weiblich. Ein hoher Anteil, den die private Schule unter anderem auf ihre speziellen Zielsetzungen zurückführt.

Trotzdem gibt es im europäischen Kräftefeld der untersuchten Anbieter kein einziges MBA-Programm, in dem mehr Frauen als Männer studieren, so Staufenberg – abgesehen von Deutschland, wo dies bei einem Fünftel der Angebote der Fall ist. Die Kehrseite der Medaille? Bei mehr als einem Drittel der Kurse liegt der Frauenanteil unter 30 Prozent.

Insgesamt beträgt laut Staufenberg die durchschnittliche Teilnehmerzahl in Europa 46 Studenten. Auffällig ist, dass die

13 Prozent der europäischen Business Schools verlangen von mehr als 50 000 Euro.

meisten MBA-Programme mit maximal 20 Kursteilnehmern eher klein sind. 48 Prozent fallen unter diese Gruppe. Und mit 8 Prozent sind Kurse mit 100 Teilnehmern und mehr eher die Ausnahme.

Bei der Programmdauer zeigen sich pro Land deutliche Unterschiede. Europaweit reicht die Zeitspanne von 10 bis 60 Monate. Die gängigste Programmdauer beträgt im Durchschnitt 18 Monate.

Englisch als alleinige Unterrichtssprache ist im deutschsprachigen Raum bei den MBA-Programmen zwar auf dem Vormarsch, hat sich aber noch nicht durchgesetzt. Nur in vier von zehn Kursen werden die Studenten ausschliesslich auf Englisch unterrichtet. Allerdings ist der Anteil zweisprachiger MBA-Programme (Deutsch und Englisch) mit 48 Prozent hoch.

Ausbildungshintergrund zentral

Ohne Berufserfahrung ist ein MBA-Studium fast unmöglich. Erwartet wird von den meisten Anbietern mindestens ein Bachelor-Abschluss oder ein Fachhochschuldiplom. Hilfreich sind Dienste der Career Services und persönliche Kontakte durch Alumni, ebenfalls Coaching-Seminare und die Organisation von Campus-Besuchen durch die Unternehmen. Viele Schulen bieten ausserdem eine direkte Vermittlung von Jobs und Praktika für Studenten. Die Wahl der richtigen Adresse basiert daher auf dem Ausbildungshintergrund der Interessenten.

Ein Beispiel zu Staufenbergs Frage «An welcher Business School findet man ein eher homogenes Teilnehmerfeld mit einem ähnlichen Ausbildungshintergrund und wo einen breiteren Mix?»: Beim Executive MBA Utility Management am International Institute of Management in Technology (iimt) der Universität Freiburg sind 70 Prozent Ingenieure, genau so wie bei



Rang 4: Die Bibliothèque de Genève mit einem Medienangebot von 7 093 747.

Mit den besten Verdienstaussichten nach einem Schweizer Abschluss

Jahressaläre von Absolventen nach MBA/EMBA an 20 Schulen in Europa sowie in den USA (in Euro)

MBA/EMBA-Anbieter	Land	Basisgehalt	Lohn mit Boni
International Institute for Management Development (IMD), Lausanne	Schweiz	110 884	k.A.
International Institute of Management in Technology (iimt), Universität Freiburg	Schweiz	100 000	120 000
Executive School of Management, Technology and Law, Universität St. Gallen (HSG)	Schweiz	92 000	k.A.
Rotterdam School of Management, Erasmus University, Rotterdam	Niederlande	91 373	118 811
IESE Business School, University of Navarra, Barcelona*	Spanien	91 200	122 200
PHW Private Hochschule Wirtschaft Bern, Kalaidos Fachhochschule Schweiz, Zürich	Schweiz	90 000	105 000
SBS Swiss Business School, Kloten*	Schweiz	90 000	k.A.
Rheinisch-Westfälische Technische Hochschule (RWTH), Aachen	Deutschland	90 000	k.A.
INSEAD, Fontainebleau bei Paris	Frankreich	89 400	k.A.
Haas School of Business, University of California, Berkeley*	USA	89 400	k.A.
Tuck School of Business at Dartmouth College, Hanover*	USA	88 800	137 800
Darden School of Business, University of Virginia, Charlottesville**	USA	84 200	k.A.
Mannheim Business School, Universität Mannheim	Deutschland	84 000	k.A.
International University of Monaco (IUM), Fontvieille*	Monaco	83 000	k.A.
McCombs School of Business, The University of Texas, Austin*	USA	81 000	98 900
Yale School of Management, Yale University, New Haven*	USA	80 200	100 600
Technische Hochschule Mittelhessen (THM), Gießen, Friedberg und Wetzlar	Deutschland	78 000	k.A.
European School of Management and Technology (ESMT), Berlin	Deutschland	k.A.	87 200
IE Business School, IE University, Madrid	Spanien	73 365	k.A.
Audencia Nantes School of Management, Nantes	Frankreich	66 700	k.A.

* DATEN AUS «MBA TRENDS-STUDIE 2015/16», K.A. = KEINE ANGABEN

QUELLE: «MBA TRENDS-STUDIE 2015/16», STAUFENBERG INSTITUT

dessen Executive MBA ICT Management 70 Prozent Informatiker sind.

Einstiegsbranchen im Vergleich

Die «MBA Trends-Studie 2015/16» erklärt diesbezüglich: Consulting, IT und Telekommunikation und Banking sind wie in den vergangenen Jahren die beliebtesten Einstiegsbranchen der Absolventen. In der Gunst gestiegen sind diesmal Automotive und Handel. Bei der Frage danach, welche Einsatzbereiche für Absolventen besonders interessant sind, gibt es wenig Veränderungen: Wie in den Vorjahren dominieren Consulting und Projektmanagement. Auffällig ist, dass sowohl Marketing als auch IT an Beliebtheit bei den MBA-Studenten verloren haben.

Punkto Einstiegsbranchen präsentiert sich laut Staufenberg hierzulande folgendes Bild: Beim MBA General Management am IMD in Lausanne zieht es 23 Prozent ins Consulting, 18 Prozent in die IT sowie

9 Prozent in die Nahrungsmittel- und Konsumgüterindustrie. Beim Executive MBA ICT Management am iimt in Freiburg wollen 60 Prozent in die IT und 10 Prozent in die Ingenieurdienstleistungen. Und beim Executive MBA Utility Management an selber Bildungsstätte zieht es 60 Prozent in die Energie- und Versorgungswirtschaft sowie 20 Prozent in die Elektroindustrie. **Richtung Pharma und Health Care tendieren 20 Prozent der Absolventen des EMBA General Management an der PHW Privaten Hochschule Wirtschaft Bern, die zur Kalaidos Fachhochschule Schweiz mit Hauptsitz in Zürich gehört.** Weitere 10 Prozent liebäugeln mit einem Job in der Versicherungswirtschaft.

Einsatzbereich nach Beliebtheit

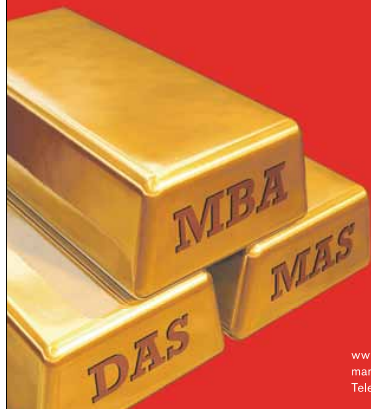
Zur Frage, in welche Wirtschaftszweige es MBA-Studenten nach einem Abschluss in der Schweiz zieht, liefert Staufenberg folgende Antworten: 31 Prozent der Absol-

ANZEIGE



Weiterbildungs-Master für Führungskräfte

Studienorte: Chur, Rapperswil oder Zürich



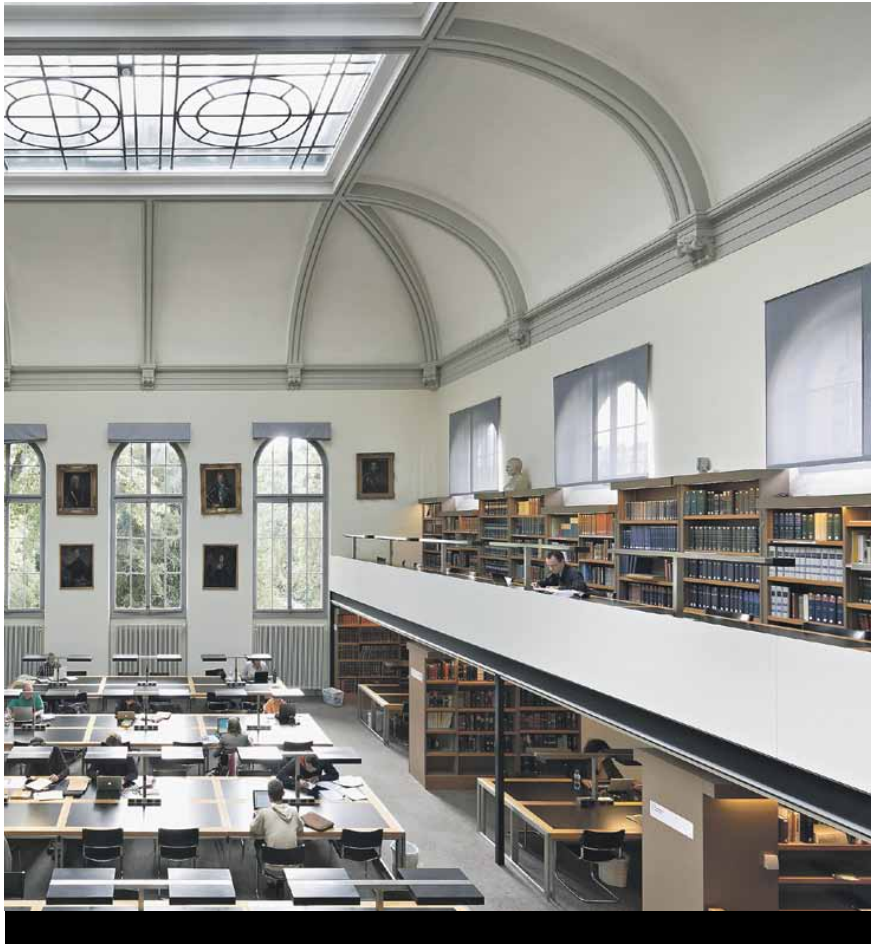
- Executive MBA – General Management
- Executive MBA – Strategisches Marketing
- Executive MBA – New Business Development
- Executive MBA – Digital Transformation
- DAS/MAS in Business Administration
- MAS in Energiewirtschaft

Das berufsbegleitende Studium hat einen sehr hohen Praxisbezug. Eine Intensivwoche in Graubünden, Firmenbesuche und Gastreferate runden den Studiengang ab. Optional können die Studierenden am Study Trip ins Silicon Valley teilnehmen.

www.htwchur.ch/management-weiterbildung
management-weiterbildung@htwchur.ch
Telefon +41 (0)81 286 24 32

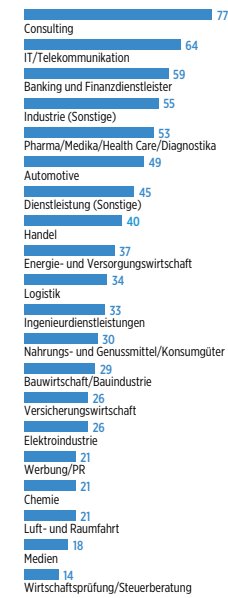


FHO Fachhochschule Ostschweiz



Absolventen wollen am meisten ins Consulting

Einstiegsbranchen der MBA-Studenten laut Europas Anbietern (in Prozent)*



Marketing und Informatik verlieren an Beliebtheit

Einsatzbereiche der MBA-Studenten laut Europas Anbietern (in Prozent)*



* MEHRFACHWAHL MÖGLICH

QUELLE: «MBA TRENDS-STUDIE 2015/16», STAUFENBIEL INSTITUT

venten des MBA General Management am IMD starten im Consulting. In die Unternehmensplanung und -entwicklung wollen 20 Prozent nach dem Executive MBA ICT Management am iimt oder 10 Prozent nach dem EMBA General Management an der PHW, Projektmanagement als gewünschten Einsatzbereich nennen 30 Prozent der Absolventen nach dem Executive MBA Utility Management am iimt. Die IT erklären 60 Prozent nach dem Executive MBA ICT Management am iimt oder 10 Prozent nach dem EMBA General Management an der PHW zum Hauptziel.

Salärsprung nicht Haupttriebfeder

Mehr Gehalt ist für die meisten MBA-Studenten gemäss Staufenbiel vordergründig nicht die Haupttriebfeder, sich an einer Business School für einen MBA-Kurs einzuschreiben. Mit einem Schweizer Abschluss resultieren europaweit die höchsten Löhne: MBA-Absolventen von IMD,

iimt und HSG können mit 92 000 bis 110 884 Euro Jahresalar rechnen – zuzüglich Boni (siehe Tabelle auf Seite 46).

Zwar wollen 38 Prozent in Europa ihr Gehalt durch den Abschluss steigern, wesentlich mehr Teilnehmer geben aber den MBA-Anbietern zufolge andere Gründe an. Ihre wichtigsten Ziele heissen Flexibilität für die Karriere und mehr Fachkompetenz. Drei Viertel der Studenten möchten zudem ein professionelles Netzwerk aufbauen und zwei Drittel wollen durch den Abschluss der Karriere eine neue berufliche Richtung geben. Gründergedanken zu einem Startup haben nur 21 Prozent.

Preise in der Schweiz eher hoch

Und wie steht es mit den Kosten für ein Programm? Dazu Staufenbiel: Die MBA-Studenten in Deutschland kommen vergleichsweise günstig davon. An sechs von zehn Business Schools bekommen sie den Abschluss für weniger als 20 000 Euro. Ein

echtes Schnäppchen, denn in anderen europäischen Ländern sind oft höhere Studiengebühren fällig. Hier liegen die Kosten bei 55 Prozent der Anbieter zwischen 20 000 und 50 000 Euro. Selbst noch höhere Studiengebühren sind keine absolute Seltenheit. Immerhin 13 Prozent der europäischen Anbieter verlangen von den MBA-Studenten mehr als 50 000 Euro.

Der MBA General Management am IMD dauert 11 Monate und kostet 85 000 Franken inklusive Discovery Expedition. Der The St. Gallen MBA an der HSG dauert 12 Monate und kostet 56 000 Franken. Die berufsbegleitenden Executive MBA ICT Management und Executive MBA Utility Management am iimt dauern 1 bis 5 Jahre und kosten 42 000 Franken. Der berufsbegleitende EMBA General Management an der PHW dauert 3 Semester und kostet 32 100 Franken. Die Angaben verstehen sich in der Regel exklusive Schulmaterial und Lebenskosten. Qualität hat ihren Preis.

MBA TRENDS-STUDIE 2015/16

20 Schweizer Schulen befragt – 4 antworten

Erhebung Für die neue «MBA Trends-Studie 2015/16» wurden vom Staufenbiel Institut in Köln bereits zum 21. Mal die europaweit führenden Hochschulen und Business Schools nach aktuellen Daten in der MBA-Ausbildung befragt. Die Erhebung liefert detaillierte Informationen über die Anbieter und ihre Programme, zudem über inhaltliche Schwerpunkte, Internationalität und Frauenanteil sowie die Teilnehmer generell. Die neue «MBA Trends-Studie 2015/16» befragte die Anbieter ausserdem nach den Einstiegsbranchen und Einsatzbereichen ihrer Absolventen und danach, wie viel sie nach dem MBA verdienen.

Resultate Zwischen März und Mai 2015 analysierte das Berliner Trendence Institut für Personalmarketing im Auftrag des Staufenbiel Instituts die Antworten von insgesamt 70 europäischen Hochschulen und Business Schools mit rund 100 Programmen. Die Auswertung der Resultate erfolgte separat für Europa und Deutschland. Die Angaben über die Schweizer Anbieter und deren MBA stammen gemäss Staufenbiel Institut alle von den Bildungsstätten selbst. Insgesamt wurden 20 Hochschulen und Business Schools aus der Schweiz zur Teilnahme eingeladen. Teilgenommen haben nachweislich deren vier: www.staufenbiel.ch.

ANZEIGE

University of Rochester

Universität Bern

20

RO

BE

YEARS

EXECUTIVE MBA PROGRAM

We'll change the way you think.

www.20years-robe.ch
In Switzerland since 1995. www.rochester-bern.ch