

**MBA made in Germany:** Nur mit der Vernetzung von deutschen Unternehmer-Ausbildungsstätten kann der **internationale Erfolg** gelingen.

# Deutschland-Connection

Seit einiger Zeit sucht auch Deutschland den Anschluss an den internationalen Management-Standard. Mehr als 120 deutsche MBA-Programme existieren bereits. Das ist ein Grund zur Freude, aber auch ein Grund zur Skepsis. Denn weder das schlichte Nachahmen amerikanischer MBA-Konzepte, noch Partnerschaften mit der internationalen MBA-Elite machen aus den deutschen Wirtschaftsfakultäten langfristig exzellente MBA-Schulen internationalen Formats.

Die Situation ist klar: Kaum ein Ausländer wird für ein MBA-Studium nach Deutschland gehen. Die Gründe dafür liegen auf der Hand. Vergleicht man etwa die deutschen Anbieter mit der internationalen Konkurrenz, dann ist noch nicht klar, worin denn eigentlich die Vorteile eines deutschen MBAs liegen. Zum gegenwärtigen Zeitpunkt fehlen den deutschen Programmen die Alleinstellungsmerkmale. Weder das Klappern nach amerikanischem Vorbild („Harvard an der Sonstwo“) noch

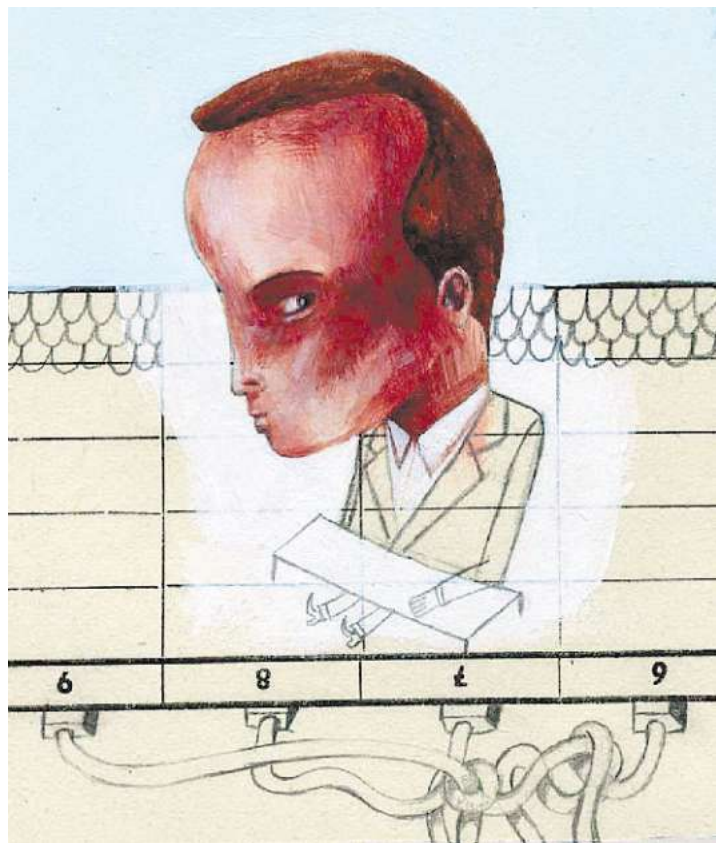


Illustration: Hendrik Jonas

das beliebte Co-Branding mit etablierten MBA-Marken garantieren einen guten deutschen MBA.

Warum also setzen die deutschen MBA-Pioniere nicht genau da an, wo die meisten amerikanischen MBA Profis versagen?

Unter großer Zustimmung amerikanischer Unternehmen formulierte Management-Guru Henry Mintzberg unlängst, dass es höchste Zeit sei „herkömmliche MBA-Programme als das zu betrachten, was sie tatsächlich sind - oder aber, sie abzuschaffen. Sie bieten eine Spezialausbildung in den betriebswirtschaftlichen Funktionen, vermitteln aber nicht, wie man ein Unternehmen führt.“

Unternehmen wollen also laut Mintzberg keine Weltmeister im Analysieren von Fallstudien sondern Unternehmer. Und Unternehmensführung hat weder prin-

den muss, um die deutschen MBA-Programme über den traurigen Status von me-too Produkten hinaus zu etablieren.

Ein Beispiel aus meiner persönlichen Erfahrung. Als ich vor sechs Jahren als Student der Universität Witten/Herdecke an die Kellogg School of Management nach Chicago ging, interessierte sich dort niemand für meine anglo-amerikanischen Theorien und Konzepte. Die waren ja auch hinreichend bekannt. Vielmehr begeisterte man sich für meinen „German view“, der Perspektive also, mit der ich die amerikanischen Konzepte beleuchtete. Das ist auch heute noch so, mit dem Unterschied, dass ich mittlerweile an einer MBA-Schule forsche und lehre. Ich habe daher keinen Zweifel daran, dass beispielsweise die Management-Philosophie Witterner Prägung nicht nur in Deutsch-

„Kaum ein **Ausländer** wird für ein MBA-Studium nach Deutschland gehen. Im internationalen Vergleich ist nicht klar, worin die Vorteile eines **deutschen MBAs** liegen.“



## Fraunhofer Technology Academy

### Ingenieure fit fürs Top-Management

## Executive MBA für Technologiemanager



Das berufsbegleitende Programm für Ingenieure und Naturwissenschaftler auf dem Weg ins Top-Management

100 Tage in 20 Modulen, verteilt auf 22 Monate  
Start des vierten EMBA TM: September 2007

Ein gemeinsames Angebot der RWTH Aachen, der Universität St. Gallen und der Fraunhofer-Gesellschaft

#### Interessiert?

Fraunhofer Technology Academy  
Hansastraße 27c  
80686 München  
Telefon +49 (0) 89/12 05-15 15  
technology-academy@zv.fraunhofer.de  
www.technology-academy.fraunhofer.de

zipiell mit Weltklasse-Marketing oder Strategie zu tun, noch mit Team-, Tool- und Time-Management-Skills. Das ist alles wichtig, aber es reicht eben nicht. Zwar haben das fast alle international führenden MBA-Schulen erkannt, doch die wenigsten haben die Kraft und den Mut, das auch konsequent umzusetzen.

Die Deutschen und ihre Nachbarn haben es in diesem Fall leichter. Sie haben nicht nur viel weniger zu verlieren, sondern auch eine kleine, aber feine Zahl teilweise privater Universitäten, die sich bereits erfolgreich an der Realisierung von Mintzbergs Generalismus-Ideal versucht haben.

Zu nennen wären da zum Beispiel das Schweizer Uni-Juwel St. Gallen, die Universität Witten/Herdecke oder auch die noch junge Zeppelin University am Bodensee. Während die meisten deutschen Wiwi-Fakultäten ihre Studenten mit „Industriebetriebslehre“ überfütterten und man in der weiten MBA-Welt in die Fänge der Fallstudien geriet, erschloss man sich in diesen kleineren Institutionen in enger Zusammenarbeit mit der Praxis eigene Management-Philosophien, die sogar einen Hardcore-Pragmatiker wie Henry Mintzberg in Begeisterung versetzen würden.

Es sollte im Übrigen auch nicht überraschen, dass gute Unternehmer-Schmieden zwar durchaus der Stoff von Personaler-Träumen sind, aber allenfalls aus Versehen in den offiziellen Uni-Rankings auftauchen. Rankings messen keine Managementkompetenz, weil diese auch nicht so einfach messbar ist. Sie sind der klassische Gegensatz zu Mintzbergs kritischem Generalisten-Diktum - und damit leider auch im Widerspruch zur unternehmerischen Realität. Aber gerade deshalb liegt in den kleinen Unternehmer-Schmieden (und nicht etwa im universitären Mainstream) der große Schatz, der gehoben wer-

land, sondern auch international eine große Rolle spielen kann.

Meine Empfehlung an die deutschen MBA-Architekten ist daher, sich nicht nur durch Kooperationen mit internationalen MBA-Größen wie Duke oder Kellogg hervorzutun. Das ist ohne Frage klug, bringt aber den Zug noch nicht ausreichend in Bewegung. Die mindestens genauso interessante Frage lautet: Wo im deutschsprachigen Raum sind die erfahrenen Unternehmer-Schmieden, mit denen sich eine Kooperation lohnt?

Natürlich sind dies bei weitem nicht nur die oben genannten kleineren Universitäten. Und natürlich sind diese elitären Unternehmer-Schmieden für sich genommen auch nicht die perfekte Lösung. Schließlich fehlen den meisten die guten Kontakte in die internationale MBA-Welt. Und doch verfügen sie über Kapital, das sowohl für einen konkurrenzfähigen deutschen MBA, als auch für eine insgesamt mehr an der Praxis orientierte Manager-Ausbildung entscheidend ist.

Es geht also um den Aufbau einer „Deutschland-Connection“, um die konsequente Vernetzung nach innen, mit dem Ziel, ein MBA-Studium mit deutscher Management-Handschrift nach außen zu tragen, das dem internationalen State-of-the-Art nicht einfach nur nacheifert, sondern diesen auch aktiv mitgestaltet.

Markus Giesler



Witten-Herdecke-Absolvent **Markus Giesler** ist Assistant Professor an der Schulich School of Business der York University in Toronto (Kanada)