

MBA STUDIE 2010

TRENDBAROMETER EXECUTIVE EDUCATION

PRESSE-INFORMATION

Führen lernen – warum, wo und wie

MBA Studie 2010 beleuchtet den MBA-Markt im deutschsprachigen Europa erstmals aus Sicht von MBA-Interessierten, -Studierenden und -Alumni

Berlin, 16. September 2010 – Ein MBA-Studium ist für 86% eine rein persönliche Entscheidung und geht fast immer auf eigene Initiative zurück. Viele der Befragten wünschen sich zudem ein Umdenken in der Management-Ausbildung und Lehrinhalte, die sich auf ethische Fragen und Nachhaltigkeit beziehen.

Das sind zwei zentrale Ergebnisse der jetzt veröffentlichten MBA Studie 2010. Die Studie vermittelt erstmals ein umfassendes Bild über Bedeutung, Motivation und Nutzen des MBA-Studiums aus Sicht von MBA-Interessierten, -Studierenden und –Alumni und ermöglicht zugleich interessante Rückschlüsse auf diese Zielgruppe. Mehr als 700 Personen nahmen an der Online-Befragung teil.

Warum MBA? Die Motive liegen in erster Linie darin, die eigenen Karrierechancen zu verbessern und Führungskompetenz zu erwerben. Doch die Ergebnisse der Studie stellen das Klischee vom MBA-Absolventen als Karrieristen in Frage: So zeigt die Untersuchung, dass zwei Drittel der Befragten ein Umdenken bei den Studieninhalten für erforderlich halten; viele wünschen sich mehr Themen zu sozialer Verantwortung sowie Lehrinhalte, die ethische und nachhaltige Perspektiven mit einschließen. Die Studie ergibt ferner, dass Arbeitgeber nur punktuell Unterstützung leisten – und damit die große Chance vergeben, die gewählte Studienform und inhaltliche Ausrichtung auch auf die Bedürfnisse des eigenen Unternehmens auszurichten, High Potentials zu motivieren und über die Führungskräftequalifikation an sich zu binden.

Spätestens seit der Wirtschaftskrise zeigen sich viele Beobachter überzeugt: MBA-Programme müssen sich ändern – neue Ansätze in der Führungskräfte- und Managementausbildung sind dringend erforderlich. Eine neue „Führungsethik“ als Baustein eines modernen Managementbildes ist gefragt: Die Studie bestätigt diese Annahme und zeigt, dass Hochschulen und Business Schools sich hier mit modernisierten Programmen und neuen fachlichen Schwerpunkten von ihrem Wettbewerb absetzen können.

Die MBA-Studie gibt darüber hinaus Antworten auf weitere Fragen, u.a.:

- Welche Erwartungen und Motive treiben MBA-Studierende bei der Aufnahme ihres Studiums?
- Wie sieht der Entscheidungsprozess von späteren MBA-Studierenden aus? Wann und nach welchen Kriterien entscheiden sie sich für ein konkretes MBA-Programm?
- Welche Informationsquellen nutzen die MBA-Interessierten?
- Was sind MBA-Studierende bereit zu zahlen und wie finanzieren sie ihr Studium?
- Welche Unterstützung erhalten MBA-Studierende von ihrem Arbeitgeber?
- Wie wirkt sich das MBA-Studium auf den späteren Berufsweg aus?

Die Ergebnisse unterstützen Hochschulen dabei, ihre MBA-Angebote zu optimieren und zielgerichtet zu vermarkten. Unternehmen erhalten wichtige Hinweise, etwa zu der Frage, wie sie die Executive Education als strategisches Instrument ihrer Personalpolitik einsetzen können.

Die MBA Studie 2010 wurde vom Kommunikationsunternehmen SWOP. Medien und Konferenzen mit Unterstützung der Bertelsmann Stiftung, der Portale e-fellows.net und MBA.DE und den Unternehmen Quacquarelli Symonds Ltd., Schweizer Kader Organisation SKO und SemiGator AG durchgeführt. Als Partner engagierten sich die Fakultät für Wirtschaftsingenieurwesen der Hochschule München und die Universität St. Gallen. Förderer der Studie sind die Business School Lausanne, die Donau-Universität Krems, die German Graduate School of Management & Law, die Munich Business School, der Rochester-Bern Executive MBA, der Executive MBA Business Integration an der Universität Würzburg und die Unternehmensberatung Capgemini Consulting.

Die Studie kann zum Preis von 895,- Euro unter www.swop-exchange.de/shop erworben werden. Bis zum 30. September 2010 gilt ein Frühbucherrabatt von 20 Prozent. Weitere Informationen finden Sie unter www.mbastudie.de.

Pressekontakt

Myriam Fricke
Studienleiterin
T 030-531 47 37-36
mf@swop-berlin.de

SWOP. Medien und Konferenzen
Ziegelstraße 29
10117 Berlin
www.swop-berlin.de