

# Es geht auch ohne klingende Namen

**MBA-PROFESSOREN** In den USA unterrichten oft hoch bezahlte Managementgurus. In der Schweiz sind diese Spezialisten in Selbstvermarktung selten. Das ist vorab eine Frage der Mentalität.

HELGA WIENRÖDER

Dem Nobelpreisträger für Wirtschaft 1997, Myron Scholes, oder Robert Stiglitz, Preisträger von 1991, wird man an keiner der Schweizer Business-Schulen begegnen. Stiglitz lehrt an der Columbia Business School in New York und Scholes an der Stanford University in Kalifornien. Auch dem 2005 im Alter von 96 Jahren verstorbenen und als Gottvater des Managements bekannt gewordenen Peter Drucker ist wohl kaum ein jüngerer MBAler jemals life in Europa begegnet, obwohl der berühmteste unter den Management-Theoretikern aus Österreich stammt.

Um in der Wirtschaft zum Guru zu werden, braucht es das richtige Thema zur richtigen Zeit, gutes Selbstmarketing und Entertainmentqualitäten. Alles Tugenden, die in der Schweiz eher misstrauisch beäugt werden. Im zig-

«Wir tun uns schwer, Einzelpersonen herauszustellen.»

seitigen Curriculum haben die Herren – es gibt als einzige Lady in den USA eigentlich nur Rosabeth Moss Kanter, die in Harvard unterrichtet – akribisch alle Publikationen, Bücher, Ehrungen, Fernsehauftritte und vor allem Berater-tätigkeiten aufgelistet. So heisst es von Dave Ulrich, Professor an der University of Michigan, dass er nach eigenen Angaben die Hälfte der 200 grössten US-Unternehmen beraten hat.

## Reputation versus Einkommen

Dass hierzulande für MBA- bzw. EMBA-Interessentinnen und -Interessenten das Renommee der Dozentenschaft bei der Wahl eines MBA-Programms ein sehr wichtiges Kriterium ist, darüber sind sich alle einig. Gemeint sind Business-Schulen, Bewerber und interessierte Unternehmen. Für sie ist es überlebenswichtig, die Namen der Dozentenschaft genau unter die Lupe zu nehmen. Besonders im immer schwerer überblickbaren Angebot an EMBA-Programmen bürden renommierte Dozentinnen und Do-

zenten für Qualität. Grund dafür ist die Tatsache, dass ein national oder auch international bekannter Dozent nicht riskiert, seine Reputation auf dem nationalen bzw. internationalen akademischen Parkett, aber auch in der Privatwirtschaft aufs Spiel zu setzen, nur um sich bei einer dubiosen oder zweitklassigen MBA-Institution eine zusätzliche Einnahmequelle zu schaffen, erfährt man von Marco Demont, EMBA-Leiter der Universität Zürich.

Das IMD, im Ranking ausländischer und Schweizer Medien stets auf vordersten Plätzen, unterstreicht, dass die Dozenten das Wichtigste der Lausanner Kaderschmiede sind. Auf Starkult wird ganz bewusst verzichtet. «Wir engagieren die besten Professoren, die den extrem hohen Ansprüchen vom IMD entsprechen – für die tatsächlich existierende Geschäftswelt, echtes Lernen, Research, Lehre und Consulting, um den Ansprüchen von Studenten und CEOs der Unternehmen 100%ig gerecht zu werden.»

Fast alle IMD-Professoren teilen ihre Zeit zwischen Forschung, Lehre und Consulting auf und arbeiten full time für IMD. Daher der Grundsatz der Lausanner Business-Schule: Namen von besonders herausragenden Professoren werden nicht kommuniziert, denn natürlich arbeiten dort «ausnahmslos hoch qualifizierte Dozenten».

## Keine Fly-in-fly-out-faculty

Eine Haltung, die Matthias Straetling, Executive Director der Universität St. Gallen, absolut richtig findet. «Zum einen tun wir uns aufgrund unserer akademischen Tradition schwer, einzelne Personen herauszustellen, weil der Rückschluss nahe liegen könnte, dass die anderen weniger gut sind. Andererseits würde ich grundsätzlich sehr vorsichtig sein, was diese grossen Namen angeht. Wenn etwa Nobelpreisträger XY für irgendeinen Kurs im MBA-Programm auftaucht, muss man sich fragen, ob diese Person diese Seminare wirklich von A bis Z durchhält. In Europa kommt es häufiger vor, dass jemand als hochkarätig angepriesen und für einen einzigen Tag eingeflogen wird – den Rest macht dann ein Assistent.» MBA haben mal mit Interaktion zu tun,

und die Dozenten müssten bei Rückfragen und Betreuung der Arbeiten auch wirklich verfügbar sein.

«Es gibt bei uns den Begriff der 'Fly-in-fly-out-faculty' – wir an der HSG setzen aber auf eine permanent faculty.» Und um dem manchmal geäusserten Vorurteil entgegenzuwirken, dass die HSG vorrangig deutschsprachig ist, betont Straetling, dass von den in der MBA-Broschüre publizierten acht Professoren jeder eine andere Nationalität hat.

## Wer ist ein No-Name, wer ein Star?

Die Schwierigkeit, einen No-Name von einem Star unterscheiden zu können, ist gross. Man muss schon die vielseitigen Curricula genau studieren, um z.B. dem Background von Clifford W. Smith jr., Dozent der Universität Bern-Rochester und Universität Rochester, New York, auf den Grund zu kommen. 21 Seiten über Publikationen, Bücher, Monographien, Artikel in Fachzeitschriften, Teilnahmen an Roundtable-Diskussionen muss man genau durchforsten und sich durch zahlreiche Research und Teaching Awards kämpfen.

## Positiver Niederschlag

Die Universität Zürich meldet nicht ohne Stolz einen wirklichen Star im Executive-MBA-Programm: Professor Vladimir She-miatenkov gilt nach Auskunft der Uni als einer der weltweit führenden Experten bei ökonomischen Fragen zum Thema Osteuropa und Russland. Stolz fügt Demont hinzu: «Sein eindrücklicher Palmarès umfasst neben Teaching-Tätigkeiten an internationalen Top-Business-Schulen sein Amt als erster russischer Botschafter in der Europäischen Gemeinschaft während der Ära Gorbatschow.»

Nur weil die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Universität Zürich, an die das EMBA-Programm angegliedert ist, auch international über einen ausgezeichneten Ruf verfügt, sei es überhaupt möglich gewesen, Professor She-miatenkov als Referenten zu gewinnen. «Dies realisieren auch die MBA-Interessentinnen und -Interessenten und die Unternehmen, was sich natürlich positiv auf die Attraktivität des EMBA-Programms niederschlägt.»

# Gesucht: Schulen mit sieben Siegeln

**MBA-SCHULEN** Akkreditierungen sind ein wichtiges Marketing- und Glaubwürdigkeitselement geworden. Allerdings wurden inzwischen auch die Akkreditierungen zum Business.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Im MBA-Geschäft gibt es mehrere Gütesiegel für MBA-Ausbildungsstätten. Entweder werden Schulen akkreditiert oder nur bestimmte Ausbildungsgänge. Die AACSB (Association to Advance Collegiate Schools of Business) beispielsweise akkreditiert MBA-Programme in den USA und, seit einigen Jahren, auch ausserhalb. Gegen 500 Schulen wurden bis heute akkreditiert. Weil es in den USA keine staatliche Anerkennung für Hochschulen gibt, ist eine AACSB-Akkreditierung auch die Voraussetzung dafür, dass ein Titel eines US-MBA-Programms in der Schweiz geführt werden darf. Die EFMD (European Foundation of Management Development) hat mit dem Equis (European Quality Improvement System) eine europäische Akkreditierung geschaffen. Auch Equis wird an ganze Schulen vergeben; inzwischen haben 84 Institutionen in 28 Ländern diese Akkreditierung geschafft. AACSB und Equis gelten als anspruchsvolle Hürden für Schulen, US-Schulen mit AACSB-Siegel sind deshalb für schweizerische Schulen beliebte Partner, um rasch durch die Hintertüre an ein beliebtes Siegel zu gelangen.

## Nationale Akkreditierer

Ursprünglich britischen Ursprungs war die Amba (Association of MBAs), jetzt werden diese Gütesiegel auch auf dem Kontinent verliehen. Dann gibt es noch die FIBAA-Akkreditierung (Foundation for International Business Administration Accreditation). Seit 1994 vergibt dieser im deutschsprachigen Raum gegründete Anbieter Akkreditierungen an einzelne Programme (und nicht an Schulen). Weitere deutsche Akkreditierungen vergeben die ZEvA (Zentrale Evaluations- und Akkreditierungsagentur Hannover), das Acquin (Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungsinstitut) und die Aqas (Agentur für Qualitätssicherung durch Akkreditierung von Studiengängen). In Frankreich ist die Conférence des Grandes Ecoles für die gesamte Management-Ausbildung zuständig, in Italien gibt das Asfor (Associazione per la formazione alla di-



Die Fülle der Akkreditierungen verunsichert viele MBA-Kandidaten.

rezione aziendale) Mindestmassstäbe vor.

Und seit 2001 akkreditiert das OAO (Organisation für Akkreditierung und Qualitätssicherung der Schweizerischen Hochschulen) Programme, bis jetzt hat aber erst die Universität Fribourg die OAO-Akkreditierung vorgenommen.

Inzwischen ist die ganze Frage von Gütesiegeln selber zu einem grossen Geschäft geworden. Und für Personalfachleute sind lediglich die MBA-Kurse der Hochschulen von St. Gallen, Bern und Zürich sowie des International Institute für

Management Development (IMD) in Lausanne erste Wahl, gefolgt von einigen Fachhochschulen.

## Feedback externer Fachleute

Private Anbieter werden skeptischer beurteilt. In der Schweiz haben lediglich das IMD und die HSG die AACSB- und Equis-Akkreditierungen geschafft, die Uni Bern ist über ihren US-Partner AACSB-akkreditiert, die GSBA über die Robert H. Smith School of Business (University of Maryland). Weitere Anbieter sind im mehrjährigen Akkreditierungsprozess.

Was bringen Akkreditierungen potenziellen MBA-Absolventen? «Es gibt zwei Sichtweisen», unterscheidet Lukas Scherer, scheidender Rektor bei der Privaten Hochschule Wirtschaft in Zürich, «aus der Sicht von Teilnehmern sind solche Gütekriterien eine Absicherung einer neutralen Drittstelle, aus der Sicht einer Schule sind die Feedbacks einer externen Stelle sehr hilfreich für die interne Qualität und die Schulentwicklung.» Die Qualität eines Gütesiegels stehe und falle sehr stark mit der Qualität der Akkreditierungsstelle, denn viele Personen, die eine geeignete MBA-Schule suchten, liessen sich durch klangvolle Gütesiegel blenden. «Die Frage für Absolventen ist immer, ob ein Abschluss auch staatlich gesichert ist», sagt Scherer, «gerade in den deutschsprachigen und vor allem asiatischen Ländern spielt ein staatliches Siegel eine nicht zu unterschätzende Rolle.»

«Für uns ist immer wichtig, wie gut die Organisation ist, die hinter diesen Gütesiegeln steht», sagt Christophe Soutter, CEO und Unternehmensleiter bei der ZFU International Business School in Thalwil, «und die potenziellen Kunden von MBA-Programmen stehen vor dem Dilemma, dass sie durch die Vielfalt der Gütesiegel eher verwirrt werden.» Es gebe immer wieder Einrichtungen, die Gütesiegel bekommen, obwohl sie erst gerade einen Kurs neu anbieten. Kritisch steht Soutter aber auch staatlichen Einrichtungen, die über die Qualität von MBA-Ausbildungsgängen entscheiden, gegenüber. «Kandidaten sollen selber bestimmen können, welcher Studieninhalt ihnen am meisten zusagt.»