

# Special MBA

## INHALT

### Erfahrungen von vier Absolventen

Wie sie Schule, Beruf und Familien unter einen Hut kriegen, schildern zwei Manager, die gegenwärtig den Executive MBA der Hochschule Luzern (HSLU) machen. Was ihnen der Titel bringen soll, verraten zudem zwei nicht alltägliche Schweizer Absolventen, nämlich ein Violinist sowie ein Verkäufer von Weinbehältern. **Seiten 62 und 63**

### An die WU Executive Academy nach Wien



Die WU Executive Academy möchte mit ihren MBA-Programmen jetzt den Schweizer Markt erobern. Die noch junge Kaderschmiede der Wirtschaftsuniversität Wien (WU) zieht mit ihrem vielfältigen Angebot bereits eine internationale Studentenschaft an; der Ausländeranteil liegt bei über 60%. **Seite 67**

### Lorange Institute erst befriedigend

Die ehemalige GSBA in Horgen ZH hat seit knapp einem Jahr einen neuen Besitzer, der viel verändert hat. Die Reputationsprobleme betrachtet Peter Lorange als erledigt, nachdem er die Schule als Lorange Institute of Business Zurich neu positioniert hat: «Das Geschäft läuft befriedigend.» **Seite 68**

### Die UCLA Anderson auf Europa-Tournee

Die UCLA Anderson School of Management besucht ihre Alumni in Europa, um für sich zu werben. Auch Schweizer träumen davon, ihren Abschluss in Los Angeles zu machen. Für eine Karriere in Amerika oder an einem US-Hauptsitz in Europa kann sich der Gang nach Kalifornien auszahlen. **Seite 70**

VERANTWORTLICH FÜR DIESEN SPECIAL:  
NORMAN C. BANDI (TEXT) SOWIE  
BRUNO ARNOLD (FOTOS)

## O-TON

«Wir tragen dazu bei, die Grenzen der Executive Education aufzubrechen.»



**Dominique V. Turpin**  
Präsident ad interim IMD, Lausanne

Seite 65



Die Zeit ist reif für Veränderungen: Die MBA-Anbieter haben auf die Finanz- und Wirtschaftskrise mit neuen Inhalten und Angeboten reagiert, um jetzt zu agieren.

# Change (the) Management

**ANBIETER** Veränderungen gehören seit Langem zum Lehrplan. Doch infolge der Finanz- und Wirtschaftskrise sind sich Schweizer MBA-Anbieter einig, dass Change Management kein Kursmodul, sondern eine Geisteshaltung ist.

NORMAN C. BANDI

Ist in Krisenzeiten ein Master of Business Administration (MBA) noch die richtige Bildung? Auf diese Frage antwortet Dominique V. Turpin, Präsident ad interim des IMD in Lausanne: «MBA-Programme sollten eine Mischung sein – bestehend wie bisher aus Grundlagenfächern wie Rechnungswesen, Finanzen, Marketing oder Strategien. Genauso wichtig ist die Tatsache, dass das Business dringend Innovationen braucht, weil sich die Umwelt ständig weiterentwickelt.»

Sollte man daher Themen wie Change Management als Bestandteil ins Programm integrieren oder als separates Modul führen? Turpin meint: «Wir machen beides: Kurzseminare, um spezielle aktuelle Themen zu diskutieren, aber wir integrieren sie auch direkt ins Programm, wenn es sich aus einer realen Business-Situation ergibt.» Beispielsweise habe das IMD beim MBA im August eine Woche für Change Management eingebaut. Danach folgte ein zweitägiger Workshop über Umweltprobleme sowie Nachhaltigkeit. «Wir diskutieren mit

unserer Leadership-Gruppe über Ethik anhand spezieller Cases wie im Programm.»

Wie sehen dies andere Schweizer Kaderschmieden? «We'll change the way you think», bringt es etwa der Executive MBA von Rochester-Bern in seinem Slogan auf den Punkt. Denn die Fähigkeit, anders zu denken, sei eine erste Grundlage jedes Change Management, sagt Direktorin Petra Jörg. In jedem einzelnen Kurs wird daher das vorhandene Wissen hinterfragt, ebenso wie die praktische Erfahrung der Studierenden. Dazu gibt es Auf-

gabenstellungen wie: Gäbe es andere Wege, zum Ziel zu gelangen? Wie stellt sich mein Problem dar, wenn ich es aus einer anderen Perspektive betrachte? «Wir trainieren die kritische Denkfähigkeit unserer Studierenden», ergänzt Jörg. Ihr Fazit: «Bei Rochester-Bern ist Change Management kein einzelnes Kursmodul, sondern eine Geisteshaltung.»

Ähnlich sieht es die Direktorin des Executive-MBA-Programms der Universität Zürich, Andrea Schenker-Wicky: Sie betont, dass Change Management in allen Modulen schon

lange ein Thema ist. Fragen zur Nachhaltigkeit, zur Führung sowie zu ethischen Aspekten werden konsequent behandelt. So wurde Ende August ein heisses Eisen angefasst: Es handelte sich um die Darstellung und Aufarbeitung eines drei Jahre zurückliegenden Korruptionsfalles, der Schmiergeldaffäre bei Siemens. Chief Compliance Officer Thomas K. Hauser trat vor den Studierenden auf, um unter anderem zu zeigen, wie Siemens darauf reagiert hat: Mit Mitarbeiterschulungen – insgesamt handelte es sich um fast 200 000 Personen.