

MBA – ein Abschluss für die Karriere



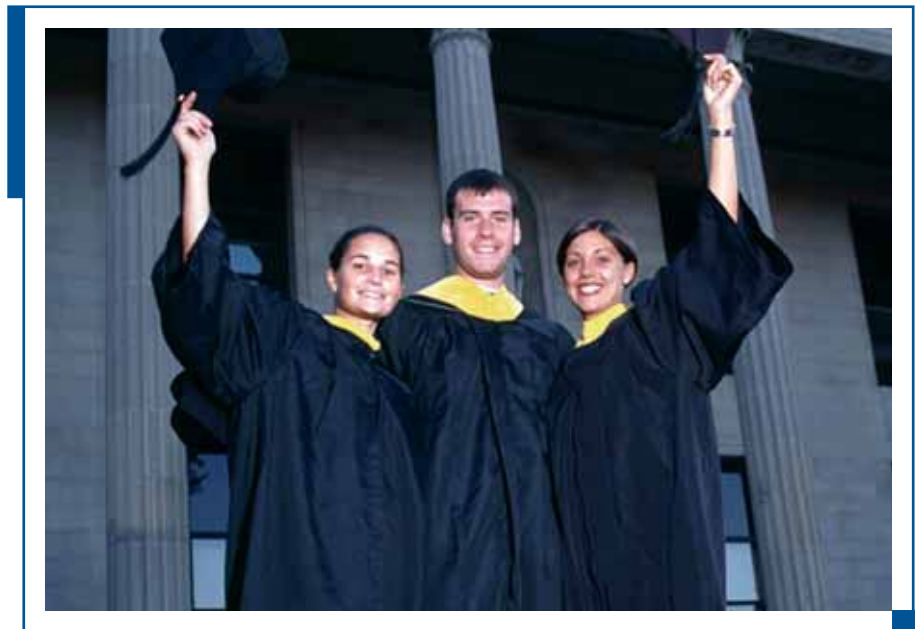
Der »Service MBA« an der Hamburger ISS steht in den Startlöchern

Christian Wolf, Europäischer Service Manager der Ethicon Endo Surgery GmbH, ein Tochter-Unternehmen des Johnson-Johnson Konzerns, erwartet Spannendes. »Nicht nur bereits Bekanntes einsetzen, auch neue Erkenntnisse sollen das Handwerkzeug des Service für morgen sein, um den Service in einer service-orientierten Welt voranzutreiben.« Das möchte er in Zukunft in Hamburg tun. Der Weg dorthin führt über drei Buchstaben – MBA.

Service-Manager im Hörsaal, insgesamt 100 Tage auf zwei Jahre verteilt - ab Januar 2006 in Hamburg keine Seltenheit mehr. Auf dem Stundenplan stehen Themen wie Controlling, Finanzierung, Vertrieb und Logistik, Innovations- und Changemanagement, Marketing, Personalmanagement und auch natürlich Service-Management.

Der Master of Business Administration hat schon mancher Karriere den entscheidenden Kick gegeben. Laut einer Umfrage der Wirtschaftswoche haben fast 38 Prozent der Personaler im Jahr 2004 Bewerber mit MBA eingestellt. Gerade für Absolventen und Arbeitnehmer mit technischen Studiengängen bietet der MBA eine interessante Möglichkeit, sich das wichtigste Wirtschaftswissen anzueignen und sich damit für eine Karriere im gehobenen Management zu qualifizieren.

Von den über 50 privaten Hochschulen in Deutschland konzentrieren sich deshalb die meisten auf Wirtschaftswissenschaften, es gibt jedoch auch interessante Nischenangebote. Eines ist die Hamburger »International Business School of Service Management (ISS)«. Die Stärken der Privaten nutzt auch sie: Gute Kontakte zu Unternehmen



und viel Praxisbezug. Den stellt sie durch Fallstudien und Lifeprojekts aus dem beruflichen Alltag her. Vor allem aber lehrt sie Kenntnisse über General Management vor dem Hintergrund der technischen Kenntnisse, die die meisten Studenten haben werden. Das Konzept kommt bei den Unternehmen gut an. Das Pay-back ist ihnen schnell sicher: Zu jedem Themenbereich werden modulweise Fallstudien bearbeitet, die aus der täglichen Arbeit in neuen Denkansätzen in die Unternehmen zurückfließen.

Für Service-Manager Wolf ist Service mehr als nur »Rabattmarke«, Service selbst ist das Produkt. Aber der Weg dorthin ist noch weit. »Ich muss die Sprache eines MBA sprechen, um hier Gehör zu finden,« da ist er sich sicher. Der MBA an der ISS ist für ihn auch eine komplexe betriebswirtschaftliche Herausforderung. »Ich denke ein Großteil meiner privaten Zeit werde ich investieren dürfen, meine Familie hat

mir hierfür »grünes Licht« gegeben, welches für mich ein Entscheidungsgrund gewesen ist.«

Die Aufgabe des verantwortlichen Service-Managers bringt Wolf auf den Punkt: »Wir müssen dem Kunden sagen, wie er mit unseren Lösungen Geld verdienen kann.« Preiskampf macht da wenig Sinn, der Kunde kauft das Consulting. Die Zeit der Produkt-Fertigung ist nicht weiter im Fokus. Sein Blick in die Zukunft: »Unser Land wird künftig durch Service bestimmt sein, nicht durch in China kopierte Hardware, die hier verkauft wird.«

Warum möchte er gerade in Hamburg studieren? Wolf: »Die ISS ist weltweit der einzige Anbieter dieser berufs begleitenden Ausbildung, hier ist seit Jahren im Rahmen der Marketing Akademie Hamburg ein Service Excellence Center entstanden mit Experten, Professoren und Erfahrungen wie an keinem anderen Ort. F & E im Service



wird es vorerst nur hier geben. Ich bin begeistert und aufgeregt bei der »Geburt« der ISS aktiven Anteil zu haben.« Die ISS bietet den Führungskräften ein dynamisches Umfeld, in dem sie ebenso hart wie begeistert lernen können – und nebenbei wichtige Netzwerke für ihren Job knüpfen können. Wolf: »Ich freue mich auf den permanenten Austausch mit Kollegen aus meinem Gebiet, wir alle arbeiten in ähnlichen Bereichen und haben das gleiche Ziel: Durch das Studium über unseren Bereich hinaus gesamtunternehmerisch Denken und Handeln lernen.«

Martin Laszák hat genau das vor. Seine Planungen zielen ganz konkret auf eine berufliche Herausforderung. Die Unterstützung und das »Go« seiner Vorgesetzten hat er bereits. Was noch fehlt? »Auch das private Umfeld muss mitmachen,« beteuert er. »Schließlich wird man Urlaub, Wochenende und manchen Abend entweder in Hamburg verbringen oder zuhause am Schreibtisch sitzen.« Laszák verantwortet weltweit den Bereich Service Support der Leica Microsystems Nussloch GmbH und ist Absolvent des Lehrgangs Service Manager (KVD). »Aufgrund meiner technischen Ausbildung gibt es für mich gerade in betriebswirtschaftlichen Themen wie im Controlling noch erheblichen Aufholbedarf.« Trotz weltweiter internationaler Verantwortung im Service erwartet er durch das MBA-Studium mit seinen Kenntnissen des General Managements einen Karriere-Kick. »Service muss noch viel mehr als bisher als Produkt gesehen werden – besonders für uns als Gerätehersteller,« resümiert auch er. Ein Lobbyist also für den Service? »Hier gibt es noch viel Aufklärungsbedarf und der MBA wird mir helfen, die Reputation des Service im Unternehmen auszubauen.« Service-Manager sind in einigen produzierenden Unternehmen bereits Schlüsselführungskräfte, aber noch lange nicht in allen. Der Führungsauftrag wird aber immer deutlicher. Viele Service-Manager verfügen bereits über internationale Erfahrung, trotzdem fehlt der letzte »Schliff«, das Management- und betriebswirtschaftliche Know-how für die Führungsspitze. Das erhalten sie im postgradualen Hochschulstudiengang,

der mit der Dauer von 4 Semestern berufsbegleitend ist – ein Vorteil, aber auch gleichzeitig eine Hürde. »Für die angehenden MBA-Service-Manager heißt das: Sie müssen sich früh genug darüber klar werden, was sie erreichen wollen, warum sie diese zweijährige Zusatzausbildung neben ihrer Berufstätigkeit machen und welche Ziele sie persönlich und beruflich damit verbinden,« meint Michael René Weber, Leiter der MarketingAkademie Hamburg und Initiator der Hochschule.

Im Kerncurriculum wird General Management Know-how mit internationalem Zuschnitt vermittelt. Eine Kooperation mit der Dublin Business School ermöglicht daneben Auslandsstudien. Die Spezialisierung und Vertiefungen bieten darüber hinaus eine weiterführende Service-Qualifikation. Über Qualifikation und Motivation entscheidet ein Eingangstest. Ein Eingangstest garantiert allen Studenten ein gleichzuhaltendes Qualifikationsniveau. Alle verfügen über einen Hochschulabschluss und mehrjährige Berufserfahrung im Service. Darüber hinaus sollten sie über gute Englisch- und Deutsch-Kenntnisse verfügen und bereit sein, Überdurchschnittliches zu leisten – im Studium und im Unternehmen. Für den studierten Nachrichteningenieur Laszák war der Eingangstest eine Reise in die Vergangenheit: »Die Atmosphäre im Test war offen und angenehm, aber ich muss zugeben, das mathematische Grundlagenwissen sollte man sich vorher genau anschauen.« Und: Er verfasste unter Zeitdruck ein Essay über ein vorgegebenes Service-Thema. In einem persönlichen Gespräch wurden Motivation, Zeitmanagement und persönliche Einstellung besprochen.

Wer seine Karriereperspektiven erweitern will, ist mit einem MBA-Studium gut beraten. Denn der begehrte Titel hat einiges zu bieten: Internationalität, Business Cases, Gruppenarbeiten, Netzwerke, interkulturelle Kompetenzen. Aber für wen eignen sich die MBA-Programme? Und wann ist der richtige Zeitpunkt gekommen? Keine pauschalen Antworten, vielmehr: Es kommt darauf an! Für Ingenieure und Absolventen technischer Studiengänge ist



Christian Wolf

der MBA eine überaus interessante Ergänzung. Voraussetzung: Das Berufsziel ist eher auf das Management, als auf die Technik gerichtet.

Warum tut man sich das überhaupt an? Die Hauptmotivation der potentiellen Teilnehmer: endlich mitreden zu können. Endlich einen Überblick über die Unternehmensbereiche bekommen, die nicht das eigentliche »Heimatgebiet« sind. Ehrlich gesagt: Wie viele Service-Manager gehören der Geschäftsführung oder gar dem Vorstand an? Es ist ungeheuer wichtig die gleiche Sprache zu sprechen wie die Kollegen aus der Finanzierung, dem Marketing oder der Forschung – und die Stärken und Schwächen der anderen Bereiche kennen zu lernen. Eigentlich liegen die Werte mehr im immateriellen Bereich ... Neue persönliche Herausforderungen, neue Kontakte im MBA-Netzwerk können Gold wert sein. Ein weiteres Motiv für die potentiellen Absolventen ist das angeleitete, systematische Erarbeiten eines neues Wissensgebietes – und wer nicht richtig stolz auf den Titel ist, der schwindelt! Und der »return on investment«? Diese Gleichung geht schnell auf – mit der Erkenntnis, dass eine Gewinn- und Verlustrechnung spannend wie ein Krimi sein kann.

Weitere Informationen

Die nächsten Termine für die Aufnahmeprüfung für den Service MBA:
München, 11. November 2005
Hamburg, 23. Dezember 2005
Informationen unter
Tel. 040-536 991 30 (Frau Koch)
oder contact@iss-hh.de

