



Platz 26: Der Campus der Mannheim Business School.

Nachhaltigkeit ins Curriculum integriert

ESG-Themen Die Schulen stellen sich auf Herausforderungen der Wirtschaft ein. Auch Studierende erwarten das in der Ausbildung.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Das breite Thema Nachhaltigkeit lässt sich entweder als Ergänzung zu den traditionellen Pfeilern der MBA-Ausbildungen neben Finanzen, Rechnungslegung und Marketing unterrichten. Oder es wird zu einem integralen Bestandteil des Unterrichts, bei dem Nachhaltigkeit dicht eingewoben ist in den Lernstoff zu Themen wie soziale Gerechtigkeit, Umwelt und Ethik. Nach einer Abdeckung solcher Themen fragen immer mehr Unternehmen nach – und weltweit versuchen die Business Schools, diese Nachfrage zu decken.

Einrichtungen aus Kanada und aus Australien berichten von einer deutlichen Zunahme von Interessierten, die nicht nur von Unternehmen mit nachhaltigen Zielen kommen, sondern in ihren Bewerbungsschreiben auch ausführlich auf ihre persönlichen Ziele eingehen und sie eng mit Nachhaltigkeitsthemen verbinden: Denn bereits heute lässt sich einigermassen erkennen, ob und welche Unternehmen auf dem «richtigen» Weg für die Umsetzung ihrer Nachhaltigkeitsziele sind. Der Weg zum nachhaltigen Unternehmen gilt als so komplex, dass selbst die Abschlussarbeiten lediglich starke Vereinfachungen darstellen.

Es ist nur schon eine Herausforderung, den Energiebedarf einer grösseren Firma und damit auch die Zusammensetzung der Primärenergiequellen halbwegs korrekt zu bestimmen: Es genügt bei weitem nicht, lediglich die Strom-, Heiz- und Treibstoff-Transportrechnungen aus den Ordnern der Buchhaltung zusammenzusuchen. Man muss alles mitberücksichtigen, was die anderen Firmen in den Lieferketten für Herstellung und Transport verbrauchen. Dann stellt sich noch die Frage: Wie «steil» ist der Abwärtspfad bei der Umweltbelastung?

Es gibt Fragen, ob und wie Nachhaltigkeit Bestandteil des MBA ist.

Ist dieser besser oder schlechter als im Branchenvergleich? Liegt man damit auf dem korrekten Weg zu Zwischenmarken, beispielsweise 2030 und 2035? Und was ist mit den Veränderungen bei den Konsumierenden und den verordneten Preis Anpassungen bei CO₂-Zertifikaten?

«Mit der Agenda 2030 und den 17 damit zusammenhängenden Sustainable Development Goals der UNO existiert nun auch ein Re-

ferenzrahmen», sagt Jan Schlüchter, Studienleiter des MBA Luzern an der Hochschule Luzern. «Wir geben den Teilnehmenden Denkmodelle der Nachhaltigkeit an die Hand und unterstützen sie, konkret anhand ihres Unternehmens nachzudenken und mögliche Handlungsfelder zu definieren.»

Regionale Ausrichtung

Hierzu wurde bereits vor Jahren das Luzerner Modell «nachhaltiges Management» entwickelt, welches neben der Ökonomie auch die ökologischen und sozialen Aspekte berücksichtigt. «Zukunftsfähige Firmen berücksichtigen alle Aspekte der Nachhaltigkeit», sagt Schlüchter. «Der Erfolg einer Firma wird sich in Zukunft vermehrt auch am gesellschaftlichen Nutzen messen.» Zunehmend fragen Interessierte konkret nach, ob und wie Nachhaltigkeit Bestandteil des MBA ist. «Wenn sie sich mit dem Thema beschäftigen, dann sind die Teilnehmenden von der ganzheitlichen Integration der Nachhaltigkeit und den auf diese Aspekte ausgerichteten Unternehmenssimulationen im MBA Luzern oft beeindruckt», so Schlüchter. «Wir sehen, dass sich vermehrt Interessierte melden, die mehr mit der Nachhaltigkeitsthematik direkt in ihrem beruflichen Alltag zu tun haben.»

Neues Lernen mit der Maschine

Innovationen Der US-Anbieter Quantic verspricht eine ganz neue Form der MBA-Ausbildung.

MATTHIAS NIKLOWITZ

Ein vollwertiger MBA für 9600 Dollar? Und das innert zehn Monaten? «Bei einer unabhängigen akademischen Untersuchung haben die Studierenden im Vergleich zu den Absolvierenden der Harvard Business School, Stanford und Wharton besser abgeschnitten», heisst es von der jungen US-Business School Quantic.

Man verspricht hier die Lösung der zwei grossen Herausforderungen, mit denen sich MBA-Anbieter weltweit herumschlagen: erstens den (zu) hohen Kosten, die bei den etablierten Schulen rasch in den hohen fünfstelligen Bereich gehen. Und zweitens die Präsenzpflicht, die wiederum nicht nur zu weiteren Auslagen führt, sondern in Zeiten von Covid-19 für europäische Studierende an US-Schulen praktisch nicht zu erfüllen ist.

Lernen mit den Google-Leuten

Quantic sieht sich als «disruptiven Anbieter»: Zwar firmiert die Einrichtung erst seit anderthalb Jahren unter dieser Bezeichnung, zuvor hatte man sich Smartly genannt. Das Gründerteam um den Schweden Tom Adams hatte bereits mit der Sprachlehrgängefirma Rosetta Stone einige Erfahrun-

gen gesammelt. Adams hatte Glück mit dem Timing: Die Zulassung als Fern-Uni kam Ende 2019, das Rebranding Februar 2020.

Bei der Qualität will man keine Abstriche machen: Von den rund 50 000 Interessierten, die sich 2019 beworben hatten, wurden lediglich 5 Prozent zugelassen – das ist eine niedrigere Rate als bei den Business Schools von Harvard oder von Stanford. Von den Undergraduate-Programmen solcher klangvollen Einrichtungen kommen 70 Prozent der Studierenden. Diese arbeiteten zuvor oft bei den bekannten globalen Tech-Unternehmen wie Google (von hier kommen besonders viele) oder bei grossen Beratungsunternehmen. Der Frauenanteil lag 2019 – das letzte Jahr, für das detaillierte Zahlen vorliegen – bei 39 Prozent, die Studierenden kommen aus 119 Ländern. Alle sechs Wochen gehts los mit einer neuen Klasse.

Quantic hält die Studierenden durch Interaktionen auf Trab – alle acht Sekunden kommt während der aktiven Lernphasen eine neue Frage oder ein interaktives Multiple-Choice-Element. Auf der anderen Seite «sitzt» kein Online-Unterrichtender, sondern eine «Lernmaschine». Diese inter-

agiert, dokumentiert und führt die Studierenden durch den Kurs. Untereinander und für Rückfragen kommuniziert man per Slack. Auch am Wochenende reagieren die Verantwortlichen von Quantic. Und ebenso erfolgt das gegenseitige Vorstellen und Kennenlernen über Slack.

Wenn in Kleingruppen gearbeitet wird, wechseln die Studentinnen und Studenten auf das, was sie gerne nutzen – Skype oder Teams.

Inhaltlich nur durchschnittlich

Inhaltlich gilt das Quantic-Programm als durchschnittlich, wenn man auf die Testberichte abstellt. Die User loben die digitale Lernplattform und das Preis-Leistungs-Verhältnis (andere arrivierte Adressen senkten ihre Gebühren in den vergangenen Monaten massiv). Der grösste Unterschied zu den bekannten MBA-Formaten: «Es steht keine echte oder online unterrichtende Dozentin mehr vor dir», fasst ein Absolvent seine Erfahrung zusammen. «Teilweise musste ich deshalb auf andere Ressourcen ausserhalb des Systems zurückgreifen.»

Aber auch das ist bei den konventionellen Business Schools weitverbreitet.

User loben die Lernplattform und das Preis-Leistungs-Verhältnis.