

Österreichs beste MBA-Anbieter

Für das **große Ranking** der postgradualen Studien hat **INDUSTRIEMAGAZIN** auch heuer **500 Personalentscheider befragt**. Die Resultate.

Von Piotr Dobrowolski

MBA-Ranking 2022: Die Studie

Zwischen 18. und 25. Jänner 2022 wurden 500 Führungskräfte aus österreichischen Unternehmen mit mehr als 10 Mitarbeitern befragt. Als Führungskräfte wurden Geschäftsführer, Personalverantwortliche, Verantwortliche anderer Bereiche sowie Personen, die formal keine leitende Position innehaben, aber dauerhaft in strategische Entscheidungen eingebunden sind, gewertet. Um das Ranking zu erstellen, wurde zunächst gestützt die Bekanntheit einzelner Anbieter abgefragt und auch danach gefragt, ob die befragten Personen Erfahrungen mit dem genannten Anbieter haben. War das der Fall, wurde erhoben, ob der oder die Befragte diesen Anbieter weiterempfehlen würde. Die Summe aus Bekanntheits- und Weiterempfehlungsquote ergab die Platzierung. Die gesamte Studie und alle Details zum Design finden Sie hier: industriemagazin.at/a/mba-studie (kostenpflichtig).

Das aktuelle MBA-Anbieter-Ranking des **INDUSTRIEMAGAZIN** zeigt es sehr klar: In diesem Geschäft gibt es keine schnellen Siege, ihre Reputation bauen sich die Bewerber über Jahre hinweg auf. Im Vorjahr lag die Universität für Weiterbildung KREMS, damals noch als Donau-Universität KREMS, auf Platz eins. Auf Platz zwei folgte die WU Executive Academy der Wirtschaftsuniversität Wien – mit einem derart minimalen Abstand, dass man im Grunde von zwei Ex-aequo-Siegern sprechen konnte.

Heuer hat sich die Situation umgedreht: Die WU Executive Academy rangiert nun auf Platz eins, KREMS liegt ganz knapp dahinter. Platz drei geht unverändert an die FHWien der WKW. Und auch auf den darauffolgenden Rängen gibt es wenig Bewegung. Im Großen und Ganzen konnten alle Bewerber ihre Plätze aus dem Vorjahr behaupten. Zwei größere Veränderungen gibt es allerdings doch: Die Anbieter Schloss Hofen und die M/O/T School of Management der Alpen-Adria-Universität Klagenfurt haben sich aus dem MBA-Geschäft zu-



rückgezogen und bieten derzeit keine entsprechenden Studiengänge an, sind daher auch nicht mehr in der Wertung vertreten.

Ein spannendes Detail fällt bei der Betrachtung der beiden Bestplatzierten auf: Wie schon im Vorjahr gesellte sich bei ihnen zu einem hohen Bekanntheitsgrad, der über 80 Prozent liegt, auch ein hoher und vor allem stetig steigender Weiterempfehlungsgrad hinzu. Die Universität für Weiterbildung Krems steigerte sich in diesem Bereich von 34 auf 41 Prozent, die WU Executive Academy von 45 auf 52 Prozent.

So haben wir gewertet

Für das MBA-Anbieter-Ranking hat brandscore.at im Auftrag des INDUSTRIEMAGAZIN Führungskräfte aus österreichischen Unternehmen befragt. Als Führungskräfte wurden Geschäftsführer, Personalverantwortliche, Verantwortliche anderer Bereiche sowie Personen, die formal keine leitende Position innehaben, aber dauerhaft in strategische Entscheidungen eingebunden sind, gewertet. Für das Ranking wurde zunächst die Bekanntheit der einzelnen MBA-Anbieter erhoben, in einem zweiten Schritt wurden die Teilnehmer nach ihren Empfehlungen für bestimmte MBA-Anbieter gefragt. Die beiden Elemente ergaben das Ergebnis.

Österreichs beste MBA-Anbieter 2022

Rang	Anbieter	Bekanntheit	
		Bekanntheit	Empfehlung
1	Wirtschaftsuniversität Wien, WU Executive Academy	83,8 %	52,1 %
2	Universität für Weiterbildung Krems (Donau-Universität Krems) / Danube Business School	84,6 %	41,5 %
3	FHWien der WKW	69,0 %	34,7 %
4	FH des BFI Wien	70,4 %	20,3 %
5	Montanuniversität Leoben	78,4 %	11,8 %
6	MCI Die Unternehmerische Hochschule®	46,3 %	13,9 %
7	Webster Vienna Private University	48,7 %	10,6 %
8	LIMAK Austrian Business School	39,0 %	9,4 %
9	FH Kufstein Tirol International Business School	29,5 %	18,0 %
10	UNI for LIFE der Karl-Franzens-Universität Graz	36,7 %	9,7 %
11	Modul University Vienna	27,5 %	8,6 %
12	TU Wien, Continuing Education Center	29,2 %	5,4 %
13	IfM Institut für Management	28,6 %	5,7 %
14	SMBS University of Salzburg Business School	26,0 %	7,0 %
15	AIM Austrian Institute of Management der FH Burgenland	26,7 %	5,8 %
16	IBSA International Business School Austria	15,1 %	3,3 %
17	BMÖ – Bundesverband Materialwirtschaft Einkauf und Logistik in Österreich	2,7 %	0,0 %

Karriere mit Schub

Die große MBA-Studie des INDUSTRIEMAGAZIN zeigt: **Internationalität ist für die heimischen MBA-Anbieter zu einer Selbstverständlichkeit geworden.** Wer ein postgraduales Studium angeht, sucht Qualität – und erhält dabei immer öfter Unterstützung vom Arbeitgeber.

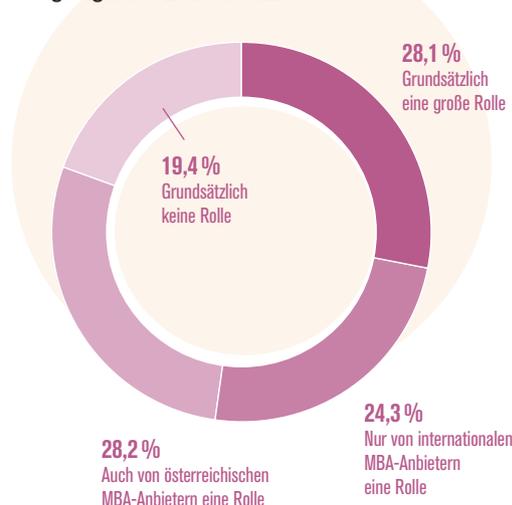
Wie jedes Jahr führte brand-score.at im Auftrag des INDUSTRIEMAGAZIN neben dem Ranking selbst auch unsere große MBA-Studie durch. Für Studienleiter und brandscore.at-Chef Herbert Kling sticht 2022 vor allem eine Erkenntnis hervor: „Auffallend ist, dass Personalverantwortliche im Vergleich zum Vorjahr eine externe internationale Akkreditierung deutlich seltener als wichtig erachten. Internationalität hat als Auswahlkriterium offenbar an Bedeutung verloren.“

Konkret antworteten auf die Frage, wie wichtig die Internationalität eines Anbieters sei, heuer 59 Prozent der Befragten mit „sehr wichtig“ bzw. „wichtig“. Im Vorjahr lag der Wert bei 71 Prozent. Ähnlich gestaltet sich das Bild beim Stellenwert einer unabhängigen, international anerkannten Zertifizierung: Absolut unerlässlich finden sie 20 Prozent der Befragten, im Vorjahr waren es noch 31. Die Anzahl jener, die internationale Akkreditierungen zwar als wünschenswert, aber nicht als unabdingbar bezeichneten, blieb indes mit 61 Prozent nahezu gleich wie im Vorjahr.

Der Befund soll allerdings nicht voreilig als Ausdruck eines österreichischen Provinzialismus gewertet werden. Viel eher zeigt er, dass Internationalität für die heimischen MBA-

Bewerbersauswahl

Ein absolvierter Executive bzw. Professional MBA spielt im Auswahlprozess von ähnlich geeigneten Bewerbern...



„Wir müssen die **Universitäts-gesetznovelle auf die bestehenden MBA-Formate übertragen.**“

Stephan Witzel, Geschäftsführer von Uni for Life, der Weiterbildungssparte der Universität Graz



„**Veränderung und Transformation müssen in modernen MBA-Curricula explizit Programminhalt sein.**“

Wolfgang Vrzal, Leiter der Vienna Management Academy der FH Wien der WKW

Anbieter inzwischen zu einer Selbstverständlichkeit geworden ist, die kaum noch als eine Unique Selling Proposition verkauft werden kann. Tatsächlich sind nahezu alle Anbieter in unserem Ranking international zertifiziert, fast alle kooperieren auch mit internationalen Partneruniversitäten und bieten dementsprechend auch Auslandsmodule als Teil ihres Angebots an.

Das zweite bemerkenswerte Ergebnis der diesjährigen Studie betrifft die Corona-Folgen für den MBA-Markt. Sie sind nach der Einschätzung der befragten Personalverantwortlichen hoch, doch in einer anderen Form als noch im Jahr zuvor. Standen im Vorjahr vor allem Digitalisierung und



„Wir erleben derzeit eine unglaubliche Dynamik.“

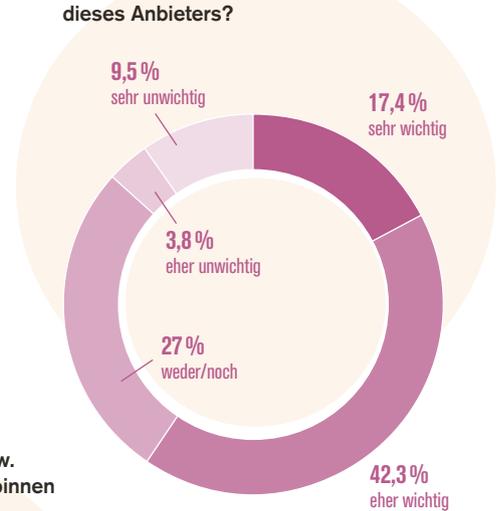
Gerhard Leitner, Geschäftsführer der LIMAK Austrian Business School

Fernlehre mit ihren technischen Vor- und Nachteilen im Vordergrund, so gehen die Auswirkungen heuer weiter. „Ein deutlich größerer Anteil von Unternehmen unterstützt seine Mitarbeiter inzwischen bei der Absolvierung von MBA-Lehrgängen, indem ihnen dafür die nötige zeitliche Flexibilität gewährt wird. Da wirkt sich die Homeoffice-Erfahrung der letzten beiden Jahre aus.“

Flexible Arbeitgeber. In Zahlen ausgedrückt: Die Anzahl der Unternehmen, die MBA-Interessierte mit Entgegenkommen bei der Arbeitszeit unterstützen, stieg von 34 auf 41 Prozent. Leicht gefallen ist indessen der Anteil jener, die finanzielle Hilfe für MBA-Studierende anbieten, und zwar von 32 auf 29 Prozent. In Summe rentiert sich der Besuch eines MBA allerdings natürlich dennoch. Wie schon in den Vorjahren geht die Mehrheit der im Rahmen unserer Studie Befragten davon aus, dass der Abschluss eines MBA innerhalb von

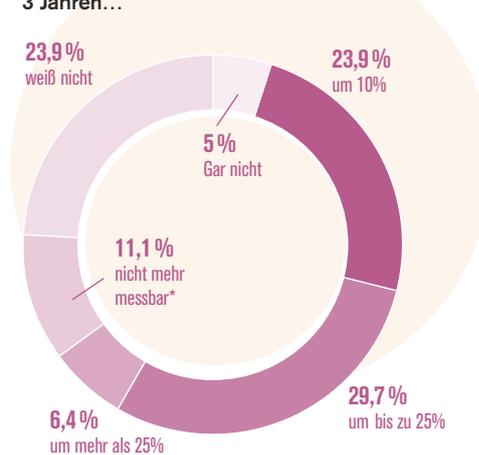
Internationalität

Wenn Sie an MBA-Anbieter denken, wie wichtig ist aus Ihrer Sicht die Internationalität dieses Anbieters?



Gehaltsentwicklung

Nach Absolvierung des Executive bzw. Professional MBA steigt das Gehalt binnen 3 Jahren...



„Die Post-Corona-Zeit hat die Ansprüche an die Flexibilität im Studium erhöht.“

Kristina Kampfer, wissenschaftliche Leiterin der MBA-Programme an der FH Kufstein

*Zusatz: Der MBA bringt aber die Möglichkeit, eine eventuell vorhandene gläserne Decke zu durchbrechen

FOTO: BEGESTELT

Karriere-Kick sichern

- >> Expert:innen aus Wissenschaft & Praxis
- >> Networking auf höchster Managementebene
- >> Blended Learning mit hohem Online-Anteil

MBA General Management

- Fokus Automotive
- Fokus Immobilienmanagement
- Fokus Leadership
- Fokus Soziale Arbeit

MBA Wirtschaftspsychologie 4.0

**Kursstart Herbst 2022
JETZT INFORMIEREN**



www.fh-kufstein.ac.at/mba



AdobeStock_Prostock-Studio

Postgraduale Ausbildung

drei Jahren zu einer Gehaltserhöhung von 10 bis 25 Prozent führt.

Interessant präsentieren sich auch die Aussagen der befragten Personalverantwortlichen zum nichtmateriellen Nutzen von MBA-Studiengängen. Sie erwarten, dass MBA-Angebote vor allem die Gelegenheit zu einer Vertiefung bereits bekannter Fachgebiete bieten. Der Wunsch nach Beschäftigung mit komplementären Fachgebieten hat hingegen im Vergleich zum Vorjahr sehr stark abgenommen. Unterricht in verwandten Wissensgebieten fanden im Vorjahr noch 39 Prozent der Befragten wichtig, heuer fiel der Anteil auf 24 Prozent.

Vieles, was unsere Studie zutage gefördert hat, spiegelt sich auch in den Schwerpunkten wider, die Österreichs MBA-Anbieter in ihrer Arbeit aktuell setzen. Um dem Wunsch nach fach-

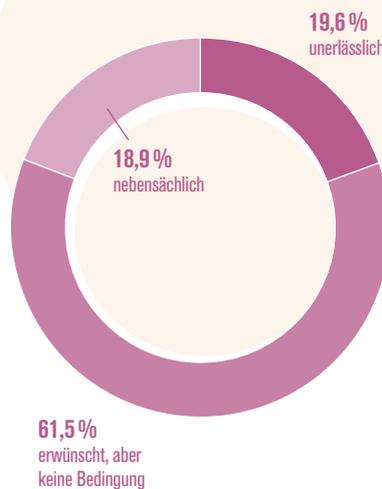


„MBA-Lehrgänge müssen Antworten darauf finden, wie sie für die Teilnehmer trotz pandemiebedingter Unsicherheiten einen planbaren Ablauf des Programms sicherstellen.“

Wolfgang Posch, Leiter des Lehrstuhls für Wirtschafts- und Betriebswissenschaften der Montanuniversität Leoben

Akkreditierung

Eine internationale Akkreditierung des Executive MBA-Studienangebotes ist zusätzlich zur nationalen Akkreditierung bzw. Qualitätssicherung...



„Um sich als Hochschule zu differenzieren und Studierenden einen Mehrwert zu bieten, sind neue Geschäfts- und Kooperationsmodelle sowie die Integration von Querschnittsthemen wie der digitalen und grünen Transformation gefragt.“

Susanne Herzog, Leiterin der Executive Education am MCI | Die Unternehmerische Hochschule in Innsbruck

spezifischer, verwertbarer Ausbildung nachzukommen, bemühen sie sich ganz massiv darum, nicht nur Grundlagenwissen, sondern auch Antworten auf aktuelle Fragen zu liefern, wie Gerhard Leitner, Geschäftsführer der LIMAK Austrian Business School, betont: „Wir erleben derzeit eine unglaubliche Dynamik: die Auswirkungen von COVID-19, die hohen Energiepreise, unterbrochene Lieferketten oder Engpässe beim Personal. Als MBA-Anbieter ist es unsere Aufgabe, Führungskräfte mit den passenden Inhalten und Formaten beim Meistern dieser Herausforderungen zu unterstützen.“

Aktuelle Themen gefragt. Ein Punkt, dem sich auch Wolfgang Vrzal, Leiter der Vienna Management Academy der FH Wien der WKW, anschließt. Er erklärt, dass auf die Umbrüche in den Lebens- und Arbeitswelten von MBA-Studierenden oft mit organisatorischen und didaktischen Anpassungen geantwortet werde. Das sei aber zu wenig: „Veränderung und Transformation müssen in modernen MBA-Curricula explizit zu einem Programminhalt gemacht werden.“

Barbara Stöttinger, Dekanin der WU Executive Academy, ergänzt diese Anforderung auch noch um einen Blick nach vorne: „Unsere Aufgabe wird es in den kommenden Jahren sein, die Trends richtig zu lesen und dadurch inhaltlich, aber auch didaktisch relevant zu bleiben. Nur so können wir Manager und ihre Unternehmen dabei begleiten, die unzähligen Chancen, die sich durch die digitale Transformation und die vielen sonstigen Veränderungen ergeben, zu erkennen und erfolgreich zu nutzen.“

Über Einzeldisziplinen hinauszudenken, erscheint dabei eine wichtige Voraussetzung. Viele MBA-Anbieter setzen daher auf eine Integration von Fragen, die Teilbereiche zu einem sinnvollen Ganzen vereint: „Der transdisziplinäre Blick über den Tellerrand wird

unverzichtbar, um komplexe Probleme lösen zu können“, betont etwa Barbara Brenner, Leiterin des Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften an der Universität für Weiterbildung Krems. Von der absolut notwendigen Integration von Querschnittsthemen wie digitaler und grüner Transformation spricht auch Susanne Herzog, Leiterin der Executive Education am MCI | Die Unternehmerische Hochschule in Innsbruck.

Rechtliche Neuregelungen. Neben inhaltlichen warten im kommenden Jahr auf die MBA-Branche allerdings auch einige rechtlich-administrative Herausforderungen. Denn das Universitäts- und Fachhochschulgesetz sieht ab 2023 ein Vorstudium als Zugangsbedingung für MBA-Programme vor. Ausgenommen davon soll aber das Format des Executive MBA sein. Beobachter befürchten nun, dass Weiterbildungsanbieter bereits bestehende Programme in Executive MBA überführen, um so einen MBA-Zugang ohne Vorstudium aufrechtzuerhalten. Das könnte, so Wolfgang Vrzal von der Vienna Management Academy der FHWien der WKW, das Angebot verwässern und der Reputation der gesamten akademischen Weiterbildung schaden.

Auf jeden Fall bedeuten die neuen Vorgaben für die Anbieter Zusatzaufwand: „Wir müssen die neuen Anforderungen der Universitätsgesetznovelle auf die bestehenden MBA-Formate übertragen. Dabei stehen wir zum Teil vor limitierteren Zielgruppendefinitionen, die mitunter eine Neuabstimmung von Lerninhalten erfordern“, erklärt Stephan Witzel, Geschäftsführer von Uni for Life, der Weiterbildungssparte der Universität Graz.

Und über all dem heißt es für die Anbieter: flexibel bleiben. „Die Post-Corona-Zeit hat die Ansprüche an die Flexibilität im Studium und die Vereinbarkeit von Job, Studium und Familie verändert. Blended-Learning-Konzepte



„Der transdisziplinäre Blick über den Tellerrand wird unverzichtbar, um komplexe Probleme lösen zu können.“

Barbara Brenner, Leiterin des Department für Wirtschafts- und Managementwissenschaften an der Universität für Weiterbildung Krems

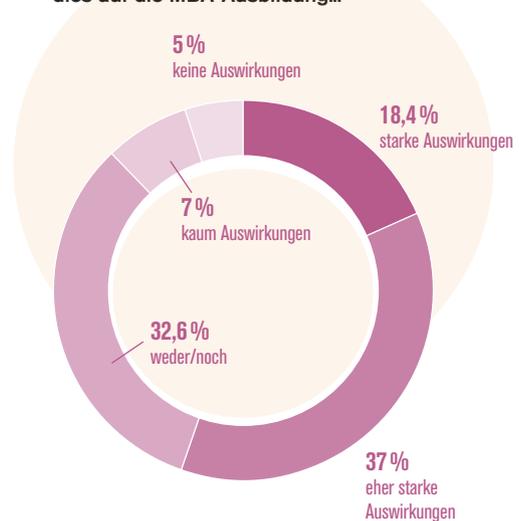


„Unsere Aufgabe wird es in den kommenden Jahren sein, die Trends richtig zu lesen und inhaltlich, aber auch didaktisch relevant zu bleiben.“

Barbara Stöttinger, Dekanin der WU Executive Academy

Auswirkungen der Digitalisierung

Die Pandemie hat die Digitalisierung im Ausbildungssektor enorm vorangetrieben. Hat dies auf die MBA-Ausbildung...



Sind in Ihrem Unternehmen besondere Unterstützungen für Mitarbeiter vorgesehen, die eine MBA-Ausbildung machen?

Ja, finanziell

28,9%

Ja, bezüglich Arbeitszeiten (Verkürzung, Flexibilisierung)

40,8%

sind mehr denn je gefragt“, konstatiert Kristina Kampfer, die wissenschaftliche Leiterin der MBA-Programme an der FH Kufstein.

Wolfgang Posch, Leiter des Lehrstuhls für Wirtschafts- und Betriebswissenschaften der Montanuniversität Leoben, sieht diese Herausforderung ebenfalls: „MBA-Lehrgänge müssen einerseits Antworten darauf finden, wie für die Teilnehmer trotz pandemiebedingter Unsicherheiten ein planbarer Ablauf des Programms sichergestellt werden kann, und sich andererseits inhaltlich den Herausforderungen der Digitalisierung und des Energiewandels stellen.“ Digitale Lehrkonzepte, die bei Bedarf ohne großen Aufwand durch virtuelle Klassenzimmer ergänzt werden, könnten ein Weg sein, um auch diese Anforderung zu bewältigen.