

Dierkes, Meinolf

Book Part
Vorwort

Provided in Cooperation with:
WZB Berlin Social Science Center

Suggested Citation: Dierkes, Meinolf (1989) : Vorwort, In: Andreas Hendel, Stefan C. Linn, Bodo B. Schlegelmilch, Till Vestring. Die besten Business Schools der USA: der Weg zum Master of Business Administration (MBA), ISBN 3-593-34145-X, Campus, Frankfurt/M. ; New York, NY, pp. 11-14

This Version is available at:
<http://hdl.handle.net/10419/122852>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.



WZB-Open Access Digitalisate

WZB-Open Access digital copies

Das nachfolgende Dokument wurde zum Zweck der kostenfreien Onlinebereitstellung digitalisiert am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH (WZB). Das WZB verfügt über die entsprechenden Nutzungsrechte. Sollten Sie sich durch die Onlineveröffentlichung des Dokuments wider Erwarten dennoch in Ihren Rechten verletzt sehen, kontaktieren Sie bitte das WZB postalisch oder per E-Mail:

Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung gGmbH
Bibliothek und wissenschaftliche Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
E-Mail: bibliothek@wzb.eu

The following document was digitized at the Berlin Social Science Center (WZB) in order to make it publicly available online.

The WZB has the corresponding rights of use. If, against all possibility, you consider your rights to be violated by the online publication of this document, please contact the WZB by sending a letter or an e-mail to:

Berlin Social Science Center (WZB)
Library and Scientific Information
Reichpietschufer 50
D-10785 Berlin
e-mail: bibliothek@wzb.eu

Digitalisierung und Bereitstellung dieser Publikation erfolgten im Rahmen des Retrodigitalisierungsprojektes **OA 1000+**. Weitere Informationen zum Projekt und eine Liste der ca. 1 500 digitalisierten Texte sind unter <http://www.wzb.eu/de/bibliothek/serviceangebote/open-access/oa-1000> verfügbar.

This text was digitizing and published online as part of the digitizing-project **OA 1000+**. More about the project as well as a list of all the digitized documents (ca. 1 500) can be found at <http://www.wzb.eu/en/library/services/open-access/oa-1000>.

Vorwort

Lohnt es sich überhaupt, an einer amerikanischen Universität zu studieren? Lerne ich das, was ich für eine spätere Tätigkeit in der Wirtschaft in Europa brauche? Bin ich nach meinem Besuch einer amerikanischen Business School ein besserer Spezialist oder verstehe ich mehr von grundlegenden Strategien des Unternehmens als mit einem Studium zu Hause? Diese und ähnliche Fragen habe ich mit einer großen Zahl junger Deutscher, die an einer der bekannten Business Schools Amerikas studiert haben oder diese Möglichkeit ernsthaft ins Auge faßten, immer wieder diskutiert. Über eher technische Informationsbedürfnisse beispielsweise zu Zulassungsvoraussetzungen, Kosten und anderen speziellen Bedingungen der einzelnen Universitäten hinaus waren es insbesondere zwei, in sich ganz unterschiedliche Fragenkomplexe, die diese Gespräche bestimmten: Der nach der Funktion eines amerikanischen Master of Business Administration in der eigenen Karriere- und Lebensplanung und der nach den offensichtlich großen Unterschieden in Orientierung und Reputation der einzelnen Business Schools.

Verstehen deutsche Unternehmen überhaupt, wozu ein an einer amerikanischen Universität ausgebildeter MBA befähigt ist? Bin ich nicht zu fremd, zu anders in meinem Denk-, Problemlösungs- und Entscheidungsstil, wenn ich zurückkomme? Obwohl sich auf diesem Gebiet gerade in den letzten Jahren sehr viel geändert hat, werden diese Fragen heute immer noch sinnvollerweise gestellt. Einer der großen Vorteile dieses »Insider Guides« ist, daß Autoren hierzu Antworten geben, die sich diese Fragen für sich selbst einmal gestellt haben und die über eigene Erfahrungen hinausgehend durch Befragung ei-

ner größeren Zahl von Absolventen und Unternehmen dem Interessenten eine breite Erfahrungsbasis bieten.

Wichtig zu verstehen – und auch hier bietet das Buch im Vergleich zu anderen Informationsquellen Besonderes – ist es, wie eigentlich die Unterschiede in den Rangskalen der Business Schools oder auch der Universitäten insgesamt zu verstehen sind und wo die spezifische Kompetenz der einzelnen Business School liegt.

In einer Gesellschaft, in der die Wissenschaftspolitik trotz aller traditionellen Unterschiede zwischen Universitäten eher Gleichheit als Leistung, Wettbewerb und Differenzierung im Leistungsangebot betont und zentrale Stellen die Zuweisung der Studierenden zu den einzelnen Universitäten stark mit beeinflussen, ist es für Studierende oft schwer, angesichts der Vielfältigkeit des amerikanischen Systems eine für ihn oder sie richtige Wahl zu treffen. Hierzu gibt das Buch durch die Erläuterung der Ranglisten und die ausführlichen Beschreibungen der Leistungsschwerpunkte der einzelnen Universitäten wertvolle Hintergrundinformationen und damit Entscheidungshilfen: Nicht jede Business School kann alles gleich gut, sondern in der Regel einiges besonders gut.

So schwer es sein mag, zu bestimmen, ob Marketing, strategische Planung, Business and Public Policy oder Finance von speziellem Interesse sind, ob die Neigung eher zu quantitativen Methoden oder zur Fallstudienanalyse geht, ob hohe Kompetenz in einem der funktionalen Bereiche das Ziel ist oder eher ein breites Verständnis der Unternehmenspolitik eingebettet in sozialen, ökonomischen, technischen, politischen, ökologischen und kulturellen Wandel – wenn man weiß, was man will, hat man die Chance, mit den besten akademischen Lehrern auf diesem Gebiet zu arbeiten.

Daß dieses Buch sich auf die nach den üblichen Reputationsmessungen zwanzig besten Schulen weitgehend konzentriert, mag mancher als Nachteil empfinden, zumal sich außerhalb des Kreises dieser Universitäten auch einige befinden, die in Einzelfeldern hochkompetent sind oder solche, die auf einem steilen Entwicklungspfad sind und vielleicht die Stars von morgen darstellen. Aber erstens sind Eingrenzungen des Inhalts einer einzelnen Veröffentlichung immer notwendig. Zweitens hängt der »Marktwert« des MBA hierzulande nicht nur von dem ab, was man gelernt hat, sondern ferner davon,

daß die jeweiligen Gesprächspartner auch wissen, daß das Gelernte etwas Besonderes ist. Und diesbezüglich nimmt die Kenntnis in den meisten Unternehmen jenseits der »top twenty« sehr rapide ab, wenn sie überhaupt diesen Kreis vollständig abdeckt.

Auf das Wichtigste, was diese Veröffentlichung gerade für junge deutsche Studierende tut, haben die Autoren eigentlich gar nicht explizit hingewiesen – wahrscheinlich, weil sie es für selbstverständlich hielten – die Tatsache nämlich, daß die Business School, vornehmlich in den USA und an wenigen Stellen in Europa, eine sehr eigene und nur für sie typische Kultur hat, die zu erfahren gerade für einen jungen Menschen von Wichtigkeit ist. Das fängt bei der praktizierten Multidisziplinarität an: In allen der in diesem Buch behandelten Schulen finden sich je nach Schwerpunkt der Orientierung in ihrem Fach hoch ausgewiesene Historiker, Soziologen, Psychologen, Politikwissenschaftler, Juristen und Anthropologen, die neben Betriebs- und Volkswirten die Struktur, Organisation und Politik des Unternehmens sowie seine rechtlichen, sozialen, politischen, ökonomischen und ökologischen Rahmen analysieren, lehren und diskutieren. Von zentraler Bedeutung ist außerdem die Art des miteinander Lebens und miteinander Lernens, die durch Kooperation bei hohem Wettbewerb, Leistungsorientierung und Optimismus gekennzeichnet ist. Überfüllte Hörsäle, ein überlasteter Mittelbau oder ausbordende Gremienarbeit sind Elemente, von der diese Welt weitgehend frei ist. Dafür hat sie ja auch ihren Preis – auch wenn es die eine oder andere Unterstützung für ein Studium gibt.

In den fast zwanzig Jahren, die meine Erfahrung der Forschung und Lehre auf beiden Seiten des Atlantiks umfassen, haben sich der Zeitgeist und auch die objektive Situation geändert. Die Zahl der jungen Menschen, die sich für ein Studium an einer amerikanischen Business School interessierten, war zu Beginn der siebziger Jahre gering. Demgegenüber war ich absolut überrascht von der Zahl derjenigen, die mich nach den Bedingungen und dem Sinn eines solchen Studiums fragten, nachdem ich im Herbst 1987 zur Business School nach Berkeley ging, um aus den breiten Forschungserfahrungen des Wissenschaftszentrums Berlin für Sozialforschung Business and Public Policy aus einer internationalen Perspektive zu lehren.

Die Fragen, die ich beantworten konnte, wie auch solche, die über

meine eigene Kompetenz hinausgingen, haben die Autoren in diesem Buch kompetent und sorgfältig behandelt. Die Tatsache, daß hierbei drei Studenten und ein Fakultätsmitglied höchst effektiv zusammengearbeitet haben, sollte auch als Zeichen des hohen Stellenwerts angesehen werden, den Kooperation in der Business School-Umwelt hat. Das Buch – so meine ich – hat die nicht geringe Chance, das Standardreferenzwerk hierfür zu werden.

Berlin, im Mai 1989

Meinolf Dierkes
Wissenschaftszentrum Berlin
für Sozialforschung