



Management-Weiterbildung: Was High Potentials wirklich wollen

Ausgewählte Ergebnisse einer Studie der Mannheim Business School gGmbH

UNIVERSITY OF
MANNHEIM



MANNHEIM
BUSINESS SCHOOL

Befragung

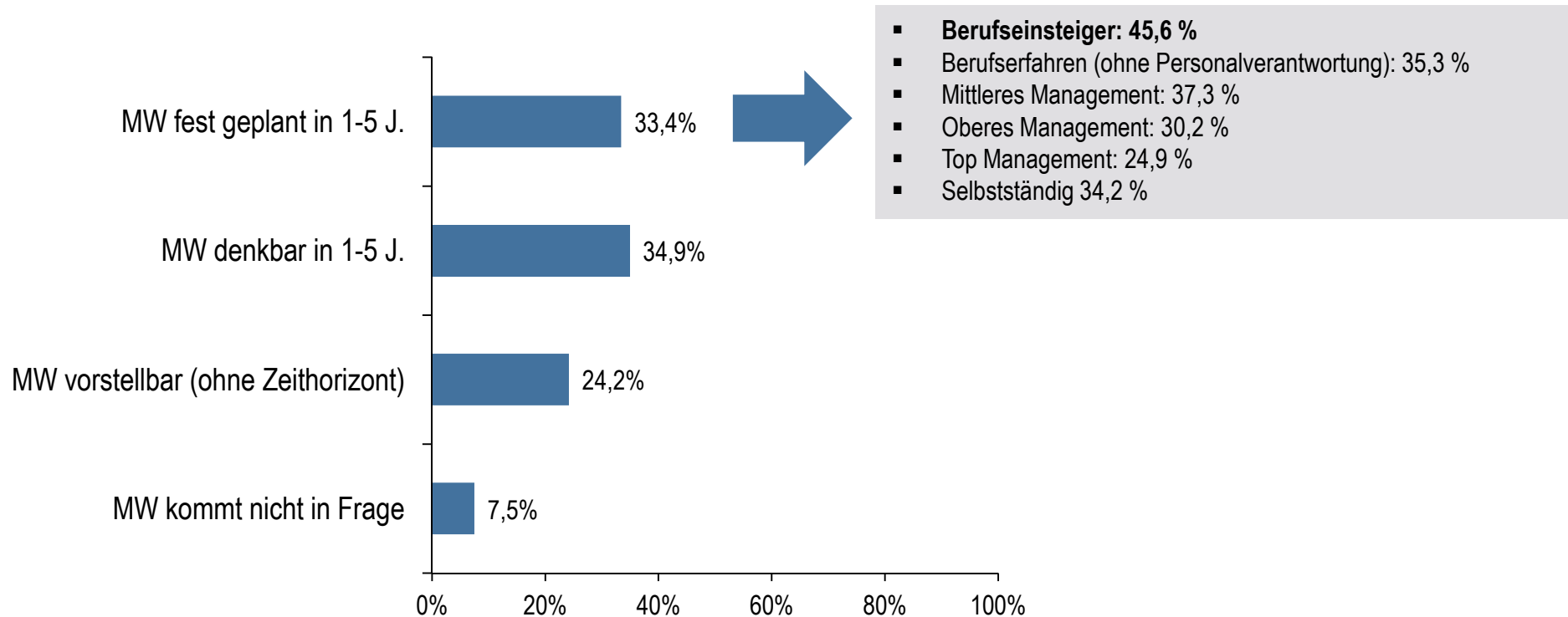
- Online-Befragung im Zeitraum von Juni bis September 2011 (4 Monate)
- 1026 Teilnehmer, branchen- und zielgruppenübergreifend
- 55 Nationen, Schwerpunktländer: Deutschland, Frankreich
- Wichtigste Kanäle: eigene Website, Banner, Newsletter

Ausgewählte Kernfragen

- Wie stark ist das Interesse an Management-Weiterbildungen bei (Nachwuchs-)Führungskräften? Welche Motivatoren spielen dabei eine besonders wichtige Rolle?
- Welche Erwartungen haben (Nachwuchs-)Führungskräfte an Management-Weiterbildungsmaßnahmen, z.B. in Bezug auf Inhalte, Format und Struktur?
- Wer entscheidet über die Teilnahme an Management-Weiterbildungen in den Unternehmen? Wer trägt hierfür die Kosten?

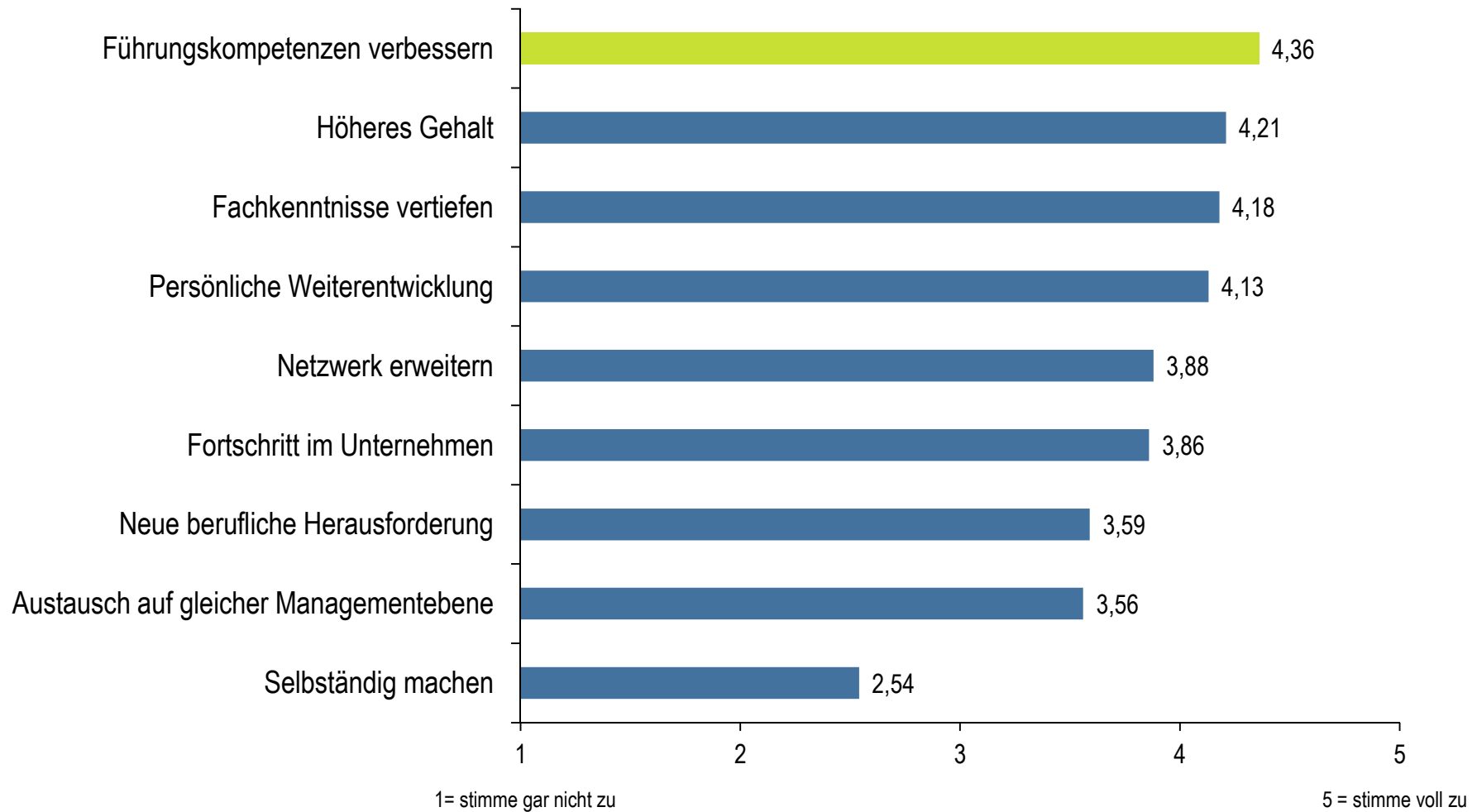
Das Interesse an Management-Weiterbildung ist groß – und zwar auf allen Hierarchieebenen

- 92,5 % der Befragten ziehen Management-Weiterbildungsmaßnahmen (MW) in Erwägung
- Insbesondere Berufseinsteiger haben MW schon fest für die kommenden 5 Jahre geplant



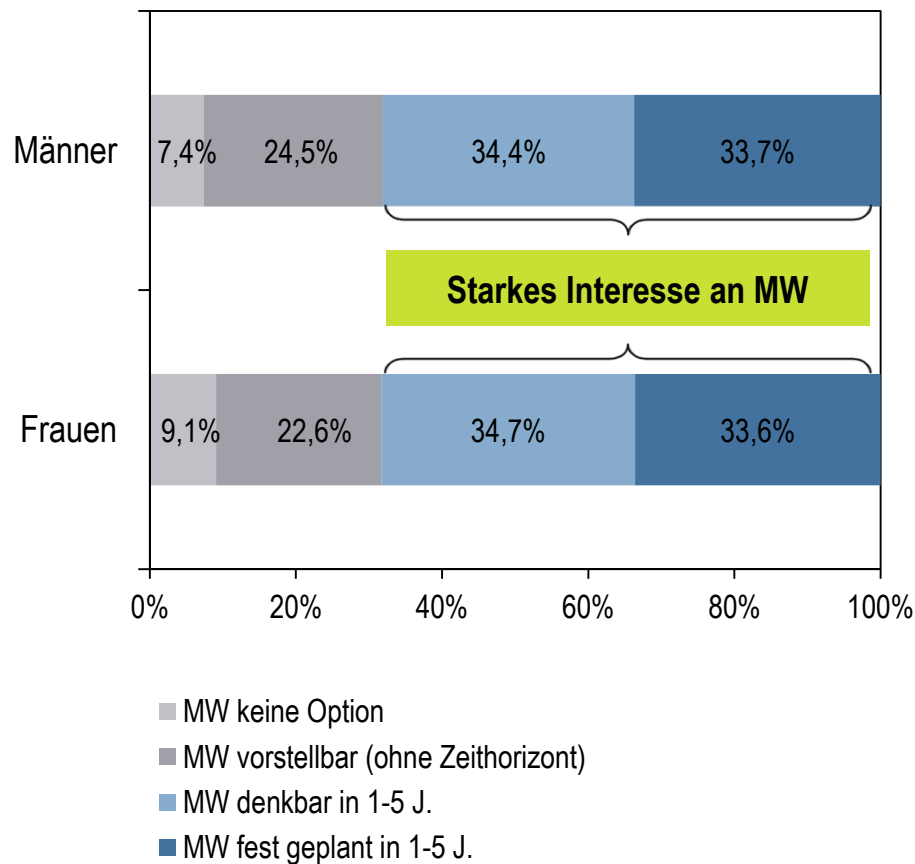
(Nachwuchs-) Führungskräfte wollen vor allem Ihre Führungskompetenzen verbessern

Warum würden Sie ein MW-Programm durchlaufen?

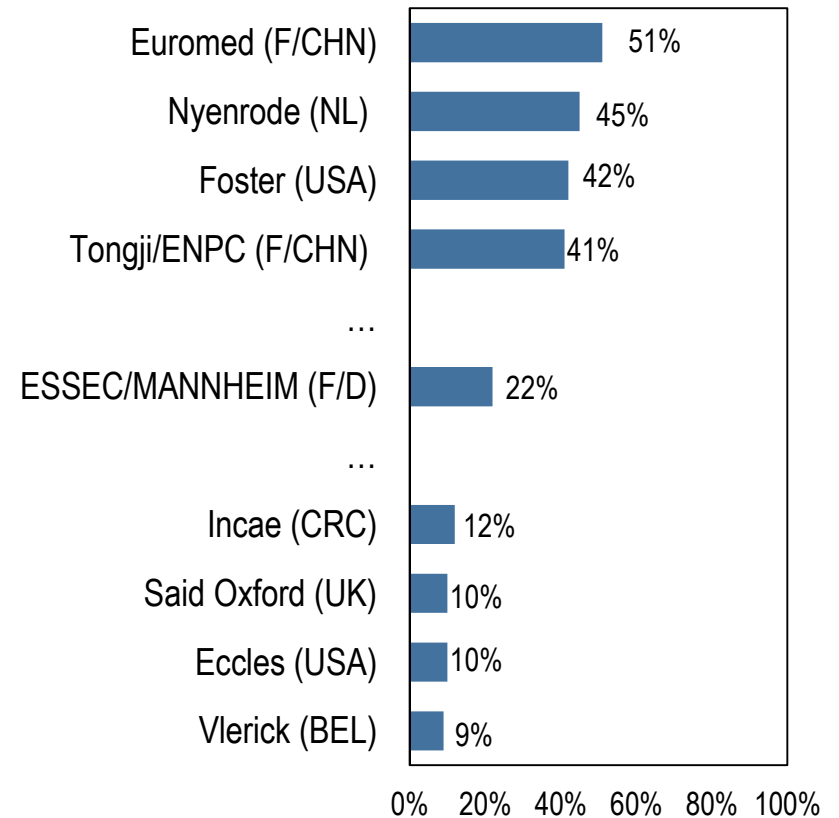


Das Interesse an Management-Weiterbildung bei Frauen und Männern ist identisch – auch wenn die Realität anders aussieht

Interesse an Management-Weiterbildung (MW)

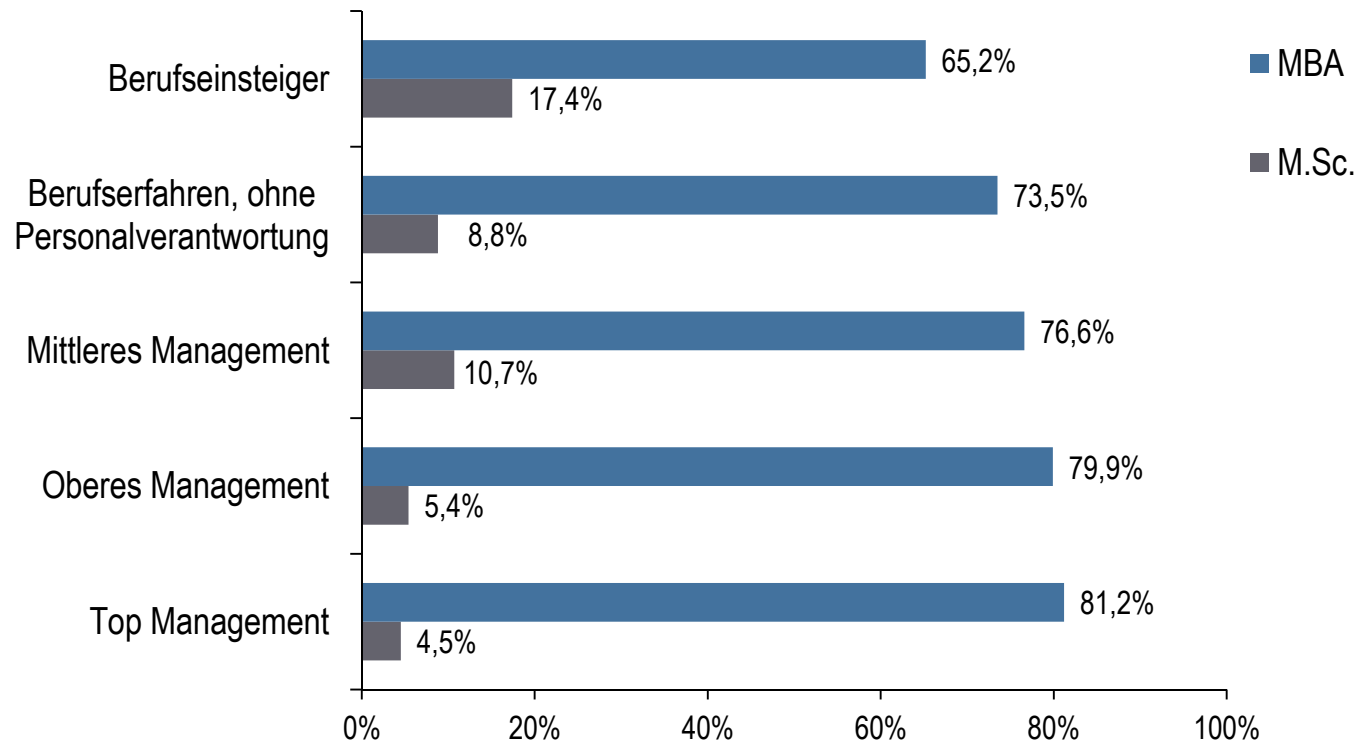


Tatsächlicher Frauenanteil in Executive-MBA-Programmen



Quelle: Financial Times Global EMBA Ranking 2011

Welchen Abschluss sollte ein Degree-Programm idealerweise haben?

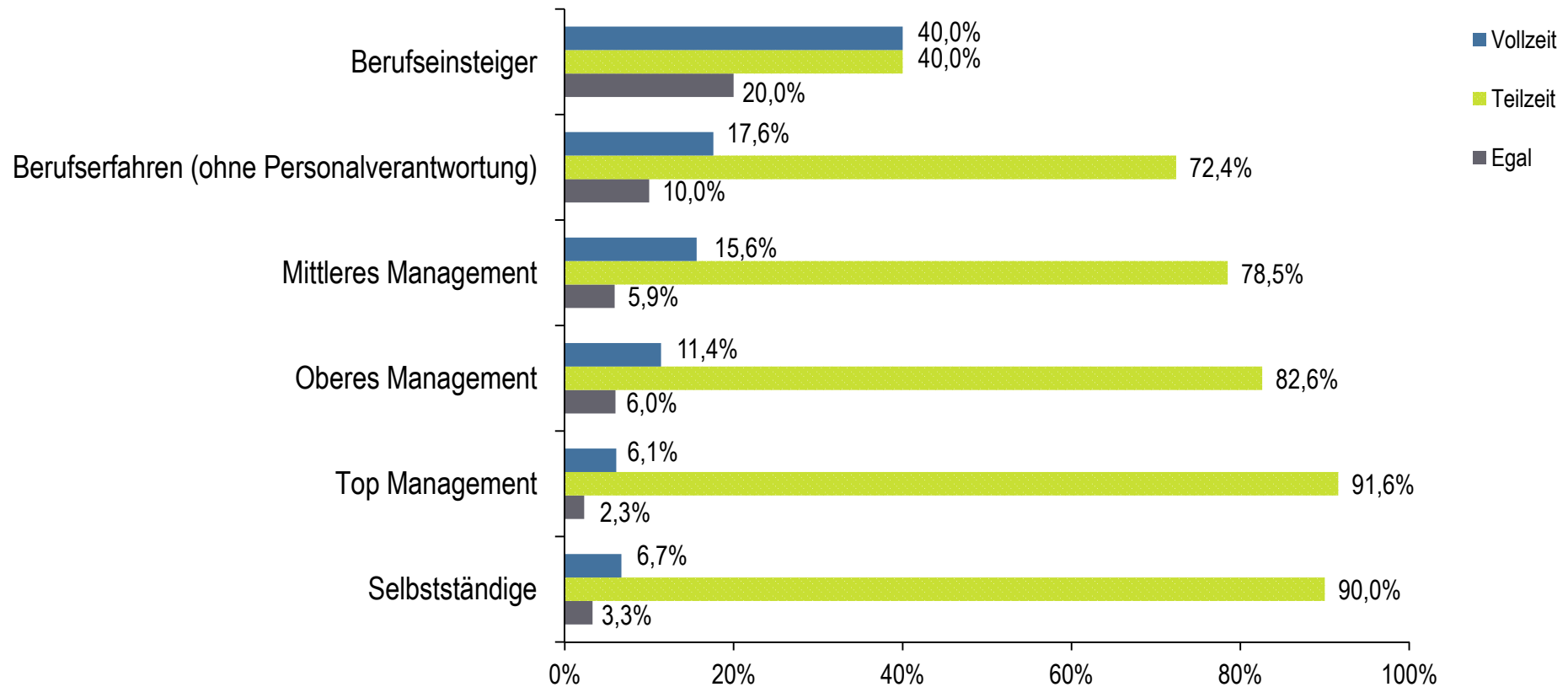


- MBA wird als Abschluss auf allen Hierarchieebenen klar präferiert
- Je höher das Karrierelevel, desto eher wird ein MBA-Abschluss gewünscht

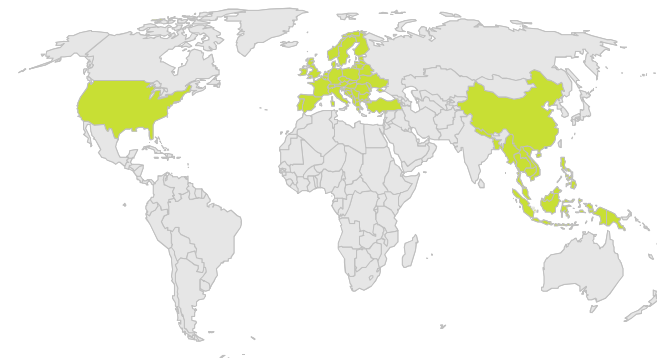
Vollzeitprogramme sind fast nur für Berufseinsteiger attraktiv

- Je höher das Karrierelevel, desto klarer die Präferenz für Teilzeitstudiengänge
- Auch 40% der Berufseinsteiger bevorzugen eine berufsbegleitende Weiterbildung.

Welches Zeitformat sollte ein Degree-Programm idealerweise haben?

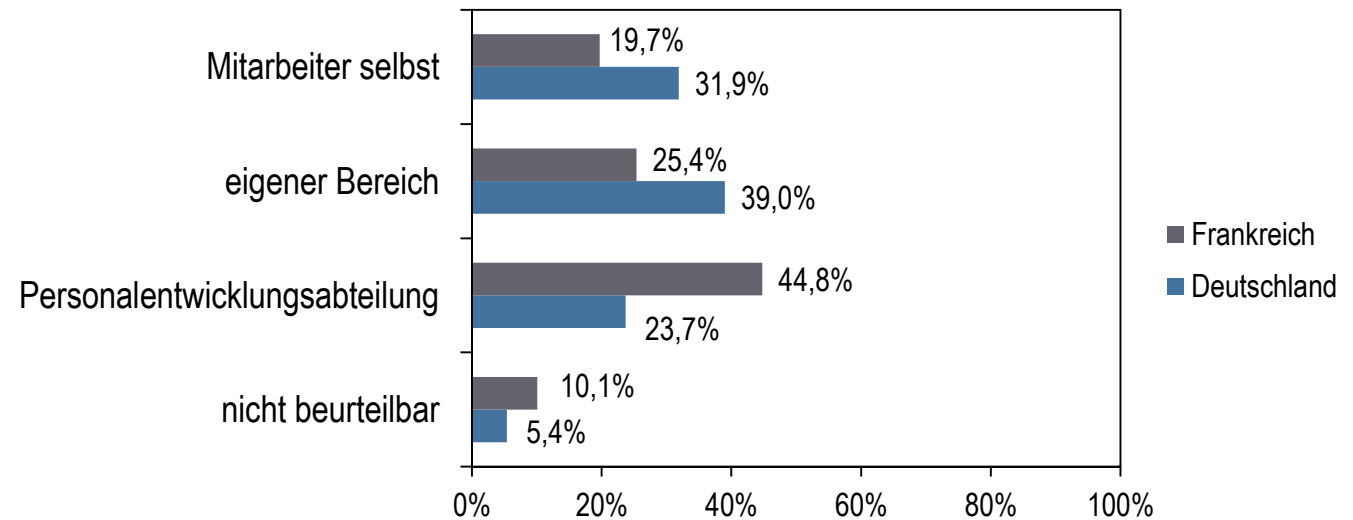


- **Englisch** wird als Unterrichtssprache gewünscht (84,2%)
- Bei der fachlichen Ausrichtung werden klar **General-Management-Programme** bevorzugt (65,2 %)
 - Spezialisierungen wären in folgenden Bereichen erwünscht:
 1. Leadership
 2. Finanzen
 3. Marketing
- **Präsenzprogramme (47,5%) führen klar vor reinen Online-Programmen (4,7%);**
viele präferieren allerdings auch eine Kombination (40%)
- **Auslandsstationen sind ein Muss! (74,1%)**
 - Länderpräferenzen sind klar ausgeprägt:
 - USA (34 %),
 - Europa (21,7 %)
 - Ostasien (21,1 %),
 - An anderen Regionen (z.B. Indien, Lateinamerika) besteht kaum Interesse

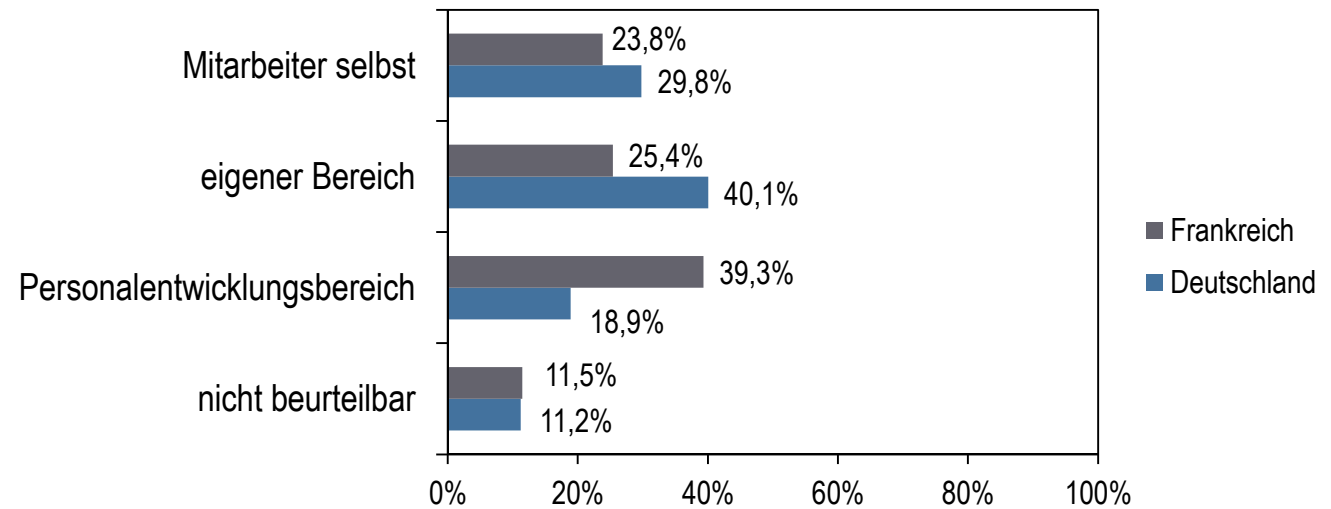


Internationaler Vergleich: Personalentwicklungsbereiche haben in Frankreich mehr Einfluss als in Deutschland

Wer ist in Ihrem Unternehmen in den **Entscheidungsprozess** zur Teilnahme an externen Weiterbildungsmaßnahmen involviert?



Wer trägt in Ihrem Unternehmen die **Kosten** für eine externe Weiterbildungsmaßnahme?



Ausgewählte zentrale Ergebnisse	Implikationen für Unternehmen	Implikationen für Bildungsanbieter
<p>Das Interesse an Management-Weiterbildung ist groß – und zwar auf allen Hierarchieebenen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Zielgruppenspezifische Weiterbildungsangebote entwickeln, dabei jedoch keine Zielgruppe vernachlässigen • Weiterentwicklungsmöglichkeiten gezielt als USP und Bindungstool für das Unternehmen nutzen 	<p>Weiterbildungsangebote für alle Zielgruppen (Berufseinsteiger, mittleres Management, Führungskräfte) anbieten</p>
<p>(Nachwuchs-)Führungskräfte wollen vor allem Ihre Führungskompetenzen verbessern</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Besonderes Augenmerk auf potentielle und bestehende Führungskräfte legen • Angebot an Trainings und Programmen mit Fokus auf Persönlichkeitsentwicklung und Führung gezielt ausbauen 	<p>Vermittlung von Führungskompetenzen/Soft Skills muss wichtiger, in einigen Formaten sogar dominierender Bestandteil von Programmen sein</p>
<p>Das Interesse an Management-Weiterbildung bei Frauen und Männern ist identisch</p>	<p>Interne Karriere-Förderprogramme für Frauen schaffen/ausbauen</p>	<p>Spezielle Programmformate für Frauen entwickeln/anbieten. Diese Zielgruppe gezielt „ermutigen“!</p>
<p>Klare Präferenz für MBA-Abschlüsse</p>	<p>Bologna ist angekommen: Unternehmen müssen sich intensiv mit dem MBA-Abschluss auseinandersetzen und (E)MBA Programme im MW-Portfolio berücksichtigen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • International konkurrenzfähige MBA-Programme entwickeln/anbieten. • Unternehmen dabei unterstützen, den Überblick zu bewahren.
<p>Personalentwicklungsbereiche haben in Frankreich mehr Einfluss als in Deutschland</p>	<p>Größere Top-Management-Unterstützung und mehr Kompetenzen für den Personalentwicklungsbereich</p>	<p>Systematischer Dialog mit allen Zielgruppen und Entscheidern (Mitarbeiter, Personalentwickler, Top-Management, Bereiche)</p>

Sie können uns auch gerne persönlich kontaktieren



Ralf Bürkle

Communications Director

buerkle@mannheim-business-school.com

Tel.: +49 621 1 81 1476

Mannheim Business School gGmbH

L 5, 6

68131 Mannheim

Deutschland

www.mannheim-business-school.com/presse

