

Zur Business School der Träume

MBA-Aspiranten müssen allerhand Bedingungen erfüllen, etwa ihre fachliche Qualifikation nachweisen und mit persönlichen Eigenschaften glänzen. Wie eine erfolgreiche Bewerbung für ein MBA-Programm aussieht.

Der Karrierewert eines MBA von einer erstklassigen Business School ist unbestritten. Die Bewerbung für ein MBA-Programm erfordert jedoch einiges an Recherche, Vorbereitung und Organisation. Die zentralen Fragen sind: Wo soll ich mich bewerben, wann und wie? Es ins MBA-Programm der Wahl zu schaffen, ist Selbstbewertung und Vermarktung der eigenen Person zugleich. Der Erfolg einer Bewerbung hängt letztlich nicht nur davon ab, wer der Kandidat ist, was er bisher geleistet hat und was er

anstrebt, sondern beruht auch darauf, wie er seine einzigartigen Erfahrungen in seiner Bewerbung herausstellt und wie er seine Präsentation auf die jeweilige Business School zuschneidet.

Der Bewerbungsprozess sollte stets mit einer Bewertung der persönlichen Stärken und Schwächen beginnen, um auf dieser Grundlage die am besten geeigneten Schulen zu identifizieren. Außerdem ist voraussetzungsreiches Denken gefragt: Wohin geht die Weltwirtschaft? Ist in den Jahren nach meinem Abschluss ein Boom oder eine Rezession wahrscheinlich? Wie wird möglicherweise die Situation in der Industrie aussehen, die ich in meiner Bewerbung als meine Karrierewahl angegeben habe? Diese Fragen sollte zu Überlegungen darüber führen, wie es bei den jeweiligen Business Schools mit der Nachfrage nach Kandidaten mit einem solchen Profil aussieht. Hilfreich bei der Vorbereitung sind auch aktuelle Informationen über das Personal der Schule, das sich auf Ausrichtung und Bewerberauswahl auswirken kann.

Stärken und Schwächen

Während des Bewerbungsprozesses ist zweierlei wichtig: Die MBA-Aspiranten müssen zum einen die Schulen ausschließen, die für die eigenen Stärken und Schwächen nicht geeignet sind. Zum anderen dürfen sie nicht davor zurückschrecken, sich auch bei einigen Schulen bewerben, die ihnen eigentlich außer Reichweite erscheinen.

Bewerbungen bestehen im Allgemeinen aus folgenden Teilen: aus den Ergebnissen der Standardtests GMAT (Graduate Management Admission Test) und TOEFL (Test of English as a Foreign Language) oder anderer anerkannter Aufnahmetests, Essays, zwei bis drei Referenzen, Zeugnissen, einem Interview, einem Lebenslauf und Bewerbungsformularen. Welcher dieser Teile das größte Gewicht besitzt, lässt sich nicht allgemeingültig beantworten. Die Business Schools äußern sich zu diesem Punkt vorsichtig und verweisen auf „den Gesamteindruck der Bewerbung“. Zwar unterscheidet sich die Ge-



Im Bewerbungsprozess müssen die MBA-Aspiranten allerhand unter Beweis stellen. Zum Beispiel das vorausschauende Denken.

wichtung der einzelnen Aufnahmekriterien von Schule zu Schule, aber es gilt eine Faustregel: Das Gesamtpaket sollte ein klares Bild von der Persönlichkeit des Kandidaten, den Stärken und Schwächen und des Wohn- und Woher vermitteln. Eventuelle Schwierigkeiten, die der Kandidat auf seinem bisherigen Werdegang gemeistert hat, sollten außerdem Erwähnung finden.

Auch die Länge des gesamten Vorbereitungs- und Bewerbungsprozesses variiert – sie kann von sechs Monaten bis zu zwei Jahren reichen. Zunächst wird empfohlen, sich intensiv im Selbststudium oder durch spezielle Vorbereitungskurse auf GMAT und TOEFL vorzubereiten. Nach dem Ablegen der Tests sollte man die Bewerbungsunterlagen der verschiedenen in

Frage kommenden Schulen zusammentragen und entscheiden, bei welchen Schulen eine Bewerbung sinnvoll ist. In diesem Stadium sind eigenständige Recherche, Gespräche mit Studierenden, Absolventen und Aufnahmepersonal sowie Besuche der Schule wichtig.

In jedem Fall ist ein Monat für das Schreiben der Essays einzukalkulieren, insbesondere dann, wenn das Essay in englischer Sprache zu formulieren ist.

Sinn und Zweck der Referenzen, in der Regel von aktuellen und ehemaligen Vorgesetzten, ist es, über die Arbeitsweise des Bewerbers Auskunft zu geben und ebenfalls herauszustellen, wie der Kandidat sich im MBA-Programm hervortun wird. Zwar streben die meisten Schulen einen Mix aus Studenten unterschiedlicher Fach-

richtungen und mit verschiedenartigem persönlichem Hintergrund an, aber es gibt auch MBA-Schulen, die Kandidaten aus bestimmten Fachbereichen bevorzugen. Einige Eigenschaften sind jedoch für alle Business Schools wichtig: die Fähigkeit der Prioritätensetzung und des Zeitmanagements, gute akademische Leistungen, Anpassungsfähigkeit, kritisches Denken, Engagement und Begeisterung, Zielgerichtetheit, Erfahrungen auf internationalem Parkett, in Management, Führung und Unternehmertum, optimistisches Denken, Originalität und Kreativität, Aufrichtigkeit und ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit.

Bewerbern, denen es gelingt, sich nicht nur in Bezug auf ihre fachlichen Qualifikationen, sondern auch in Bezug auf ihre

Persönlichkeit als eine Bereicherung für ein MBA-Programm zu profilieren, haben gute Karten. Ein nicht zu unterschätzender Aspekt ist außerdem, in der Bewerbung darzulegen, warum die Schule vom Bewerber als zukünftigem Absolventen profitieren kann. Auch hier zeigt sich, wie wichtig eine auf die Schule maßgeschneiderte Bewerbung ist. Denn nur solche Kandidaten schaffen die Aufnahme in die Business School ihrer Träume, die plausibel nachweisen können, warum es die Business School ihrer Träume ist.

Dr. JÖRN MEISSNER ist Lecturer in Management Science an der Lancaster University Management School in England und Akademischer Direktor der Bewerbungsberatung Manhattan Review.

IMPRESSUM

MBA in Europa

Verlagsbeilage
Frankfurter Allgemeine Zeitung
© F.A.Z. GmbH, Frankfurt am Main, 2007
Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt: F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH, Inka Wichmann

E-Mail: i.wichmann@faz-institut.de

Redaktion: Inka Wichmann (inwi)

Gestaltung: Wolfgang Hanauer

Fotos: Seite 1: Vario Images; Seite 2, 4: Fotolia; Seite 3: Handelshochschule Leipzig, ESC-EAP-Berlin, Business School Mannheim, GISMA Business School; Seite 5, 6: Istock.

Projektleitung:
Wolf-Dietrich Auerbach
Norbert Horz

Herstellung: Jan Walter Hofmann

Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH,
Hellerhofstraße 2-4,
60327 Frankfurt am Main

Anzeigen-disposition:
Telefon: 069/7591-18 30
Telefax: 069/7591-26 30

Druck:
Frankfurter Societäts-Druckerei GmbH,
Frankfurt am Main

Märkische Verlags- und
Druck-Gesellschaft mbH, Potsdam

DIE AUTOREN



Susanne
Beeck
SEITE 2



Birgit
Giesen
SEITE 3



Ronald
Gleich
SEITE 2



Anke
Hanft
SEITE 2



Johanna
Hey
SEITE 4



Reinhard
Hüttel
SEITE 4



Michaela
Knust
SEITE 2



Detlev
Kran
SEITE 5



Jörn
Meissner
SEITE 6



Philippe
Naert
SEITE 1



Martin Recken-
felderbauer
SEITE 1

Der Verlag der Frankfurter Allgemeinen Zeitung dankt den Autoren.