

MARCO ESSER

"Auf den Markt nicht vorbereitet"



Der Weiterbildungsexperte über die Schwächen staatlicher Hochschulen.

Als Chef der Management Academy Heidelberg (MAH) entwickelt, organisiert und vermarktet Marco Esser wissenschaftliche Weiterbildungsangebote im Auftrag von Hochschulen.

Herr Esser, es gibt in Deutschland mehr als 19 000 Studiengänge. Warum brauchen wir noch mehr?

Den Impuls dafür bekommen wir aus der Wissenschaft oder aus der Wirtschaft, die bei ihren Mitarbeitern einen konkreten Weiterbildungsbedarf sieht. Oder wir greifen selbst einen gesellschaftlichen oder fachlichen Trend auf.

Hätten Sie ein Beispiel?

Weil immer mehr Tätigkeiten in Form von Projekten erfolgen, haben wir den Masterstudiengang Projektmanagement entwickelt. Den haben wir vor acht Jahren der Hochschule Ludwigshafen vorgeschlagen, die das gut fand und uns mit der Ausgestaltung des Studienangebots beauftragt hat.

Und dann geht's an die Vermarktung?

Ja, sowohl durch die Hochschule als auch durch uns als Kooperationspartner.

Warum verlegen sich immer mehr Hochschulen auf Weiterbildungsprogramme?

Technik und Märkte verändern sich schneller, als man zusehen kann. Beides zusammen zwingt die Unternehmen, sich ständig neu zu erfinden. Da müssen auch die Mitarbeiter mithalten. 45 Berufsjahre kann man nicht mehr mit einer einzigen Berufsausbildung durchstehen. Weiterbildung ist also Pflicht. Die Hochschulen sind dafür prädestiniert, weil sie ihre akademische Kompetenz für die Beschäftigungsfähigkeit der Menschen und Zukunftsfähigkeit der Unternehmen in die Waagschale werfen können.

Wer bezahlt das?

Die Kosten müssen über die Studiengebühren gedeckt werden. Zum Teil beteiligen sich die Arbeitgeber daran, oder es stehen Stipendien und Zuschüsse zur Verfügung. Weiterbildung ist jedoch auch eine Investition der Studierenden in die eigene berufliche Zukunft.

Könnten die Hochschulen solche Angebote nicht auch allein entwickeln?

Nein, jedenfalls nicht die staatlichen Hochschulen. Ihre über Jahrzehnte gewachsenen internen Strukturen und Prozesse lassen das nur eingeschränkt zu. Die Mehrheit ist noch nicht darauf vorbereitet, am freien Markt mit privaten Hochschulen und Weiterbildungsanbietern, die ausschließlich marktorientiert arbeiten, in Konkurrenz zu treten.

Die Fragen stellte Christine Demmer