

Damit der Witz nicht in die Hose geht

Studiengang International Business an der Reutlinger Hochschule feierte zehnjähriges Bestehen

REUTLINGEN (tor). Der Modellstudiengang International Business der School of International Business (SIB) feiert zehnjähriges Bestehen. Am Dienstag diskutierten in der Aula der Reutlinger Hochschule Experten aus Bildung, Wirtschaft, Politik über kulturelle Kompetenz und Wettbewerbsfähigkeit deutscher Absolventen.

Adrett gekleidete junge Männer und Frauen halten Sektgläser mit Orangensaft in den Händen, die meisten Besucher sind zwischen 20 und 25 Jahre alt. Im Foyer der Hochschule Reutlingen herrschte am Dienstagabend Abschlussball-Atmosphäre. Zu feiern gab es das zehnjährige Bestehen des Studiengangs International Business, der an der School of International Business (SIB) angeboten wird.

Das Studium ermöglicht innerhalb von vier Jahren die Abschlüsse „Bachelor of Science“ und „Master of Business Administration“ (MBA) und ist in Reutlingen besonders international ausgerichtet: Die Hälfte der jährlich 40 Studienplätze wird an ausländische Bewerber vergeben. So waren auf dem Campus an diesem Abend ne-

ben Deutsch auch Englisch und Russisch zu hören.

Vor einer mit etwa 400 Besuchern gut gefüllten Aula kamen anschließend Vertreter aus Bildung, Politik und Wirtschaft zusammen, um über die internationale Wettbewerbsfähigkeit von Absolventen deutscher Business Schools zu diskutieren. Dabei drehte sich das Gespräch schnell um die Frage, welche Qualifikationen heute bei international agierenden Unternehmen besonders gefragt sind.

Sabine Dembkowski, Mitarbeiterin einer deutsch-englischen Weiterbildungsinstitution, betonte, das „Crosscultural Competence“ enorm wichtig sei. „Das fängt beim britischen Humor an“, sagte sie. „Es geht nämlich in die Hose, wenn Sie einen deutschen Witz ins

Englische übersetzen wollen.“ Die Studieninhalte an der Reutlinger Business-School sind zwar noch recht klassisch, betriebswirtschaftliche Fächer, Marketing oder Informatik bestimmen den Lehrplan.

Martin Jetter von der IBM-Geschäftsführung in Deutschland ließ aber durchblicken, dass diese Fähigkeiten nur einen Teil der wertvollen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausmachen. Ebenso wichtig sei seiner Meinung nach auch die interkulturelle Kompetenz, und da hätten deutsche Business Schools noch Nachholbedarf.

Dass die Ausbildung an der SIB in diesem Bereich trotzdem recht gut ist, zeigte Denise Kogel. Die einzige SIB-Absolventin in der Runde, mittlerweile bei der BW-Bank angestellt, lobte den Studiengang. „Wir bekommen hier eine super Ausbildung und haben anschließend gute Möglichkeiten“. Von besonderer Bedeutung seien die praktischen Erfahrungen gewesen, die sie schon während des Studiums sammeln konnte. Jochen Hellmann vom Deutschen Akade-

mischen Austauschdienst hob das Thema kulturelle Kompetenz aber erneut hervor.

Auf Bildungsmessen in Asien entdeckte er, dass die potenziellen Studierende nach den Unterschieden und Besonderheiten der deutschen Schulen im Vergleich zu den amerikanischen Business-Schools fragten. „Die kulturelle Vielfalt muss zu einem Verkaufsargument deutscher Hochschulen werden“, forderte Hellmann.

Die Kernfrage, ob Absolvent(inn)en deutscher Business-Schools international wettbewerbsfähig sind, wurde im Laufe des Abends kaum angetastet. Einzige Denise Kogel berichtete, wie problemlos sie sich durch das Studium an der SIB in eine internationale Umgebung einfügen konnte. Während ihres Aufenthaltes an einer US-amerikanischen Partneruniversität wurde die 26-jährige mit zwei Kommilitonen aus Reutlingen nur „The Germans“ gerufen. „Damit wurden wir als besonders leistungs- und anpassungsfähig identifiziert“, berichtete sie.