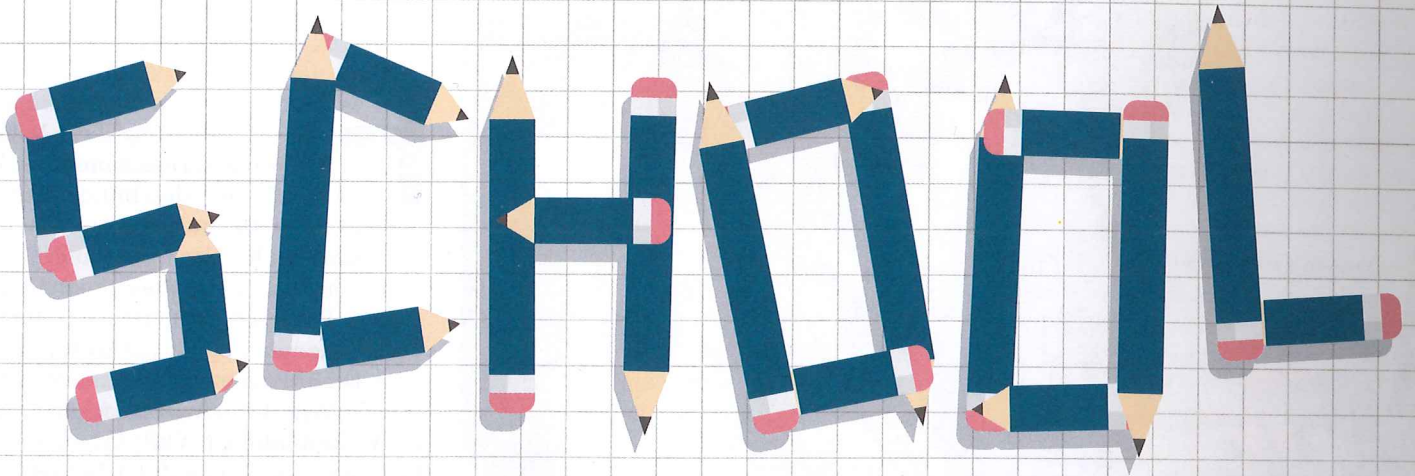


BACK TO



Ohne Bildung geht nichts

VON ROMAN BRAUCHLI

Der Schweizer Weiterbildungsmarkt boomt. Noch nie zuvor wollten so viele Personen eine Weiterbildung absolvieren wie 2017. Dies geht aus einer Lohnstudie von FH Schweiz hervor. Die Studie des Dachverbands der Fachhochschulabsolventinnen und -absolventen zeigt: Rund ein Viertel der Fachhochschulabgänger plant eine Zusatzausbildung. Gemäss Toni Schmid, Geschäftsführer von FH Schweiz, ist die erhöhte Nachfrage am Weiterbildungsmarkt auf den starken Wandel der Arbeitswelt zurückzuführen. Diese These deckt sich mit den Aussagen der Studienteilnehmer, die häufig angaben, dass sich ihr Berufsfeld in den letzten fünf Jahren «ziemlich stark» verändert habe.

Die Arbeitnehmenden sind gefordert. Im Zuge des technologischen Wandels verändern sich Berufsbilder und entsprechend auch die geforderten Kompetenzprofile. Berufstätige können sich nicht länger auf ihre Erstausbildung verlassen. Sie müssen sich stetig weiterbilden, um mit der Digita-

lisierung Schritt halten zu können. Und die Entwicklung wird wohl noch Fahrt aufnehmen. Angesichts dessen wird klar, dass Weiterbildungen zumindest mittelfristig eine strategisch entscheidende Rolle für die Wettbewerbsfähigkeit des Schweizer Wirtschaftsstandorts einnehmen. Zu schnell verändern sich die Berufsprofile, als dass die natürliche Anpassung der Grundbildung dieses Problem bewältigen könnte.

Von Unternehmenseite her ist das Problem längst erkannt. Gemäss Zahlen des Bundesamtes für Statistik für 2015 unterstützen 98 Prozent der KMU in irgendeiner Form die Weiterbildungsaktivitäten ihrer Mitarbeiter. Das tun sie durchaus im Eigeninteresse, müssen sie auch, denn in vielen Betrieben herrscht akuter Fachkräftemangel. Mehr als die Hälfte der Firmen hat Mühe, geeignete Kandidaten für offene Stellen zu finden. Rund ein Viertel der Unternehmen ist ernsthaft vom Fachkräftemangel betroffen. Dies zeigte die Studie von Credit Suisse 2017 zu den Erfolgsfaktoren von KMU. Doch die Betriebe

tun auch etwas dagegen: Rund 80 Prozent unterstützen Ausbildungsmaßnahmen im eigenen Betrieb. Das ist erfreulich, weist aber auch auf Defizite des Bildungssystems hin: dessen mangelnde Ausrichtung auf die konkreten Bedürfnisse der Wirtschaft. Auch vor diesem Hintergrund dürften Weiterbildungen noch an Bedeutung gewinnen.

Die Devise für die Qualität von Weiterbildungsangeboten lautet darum: Praxisrelevanz. Diese ergibt sich aber meistens erst aus der individuellen beruflichen Situation heraus. Nicht für jeden sind dieselben Angebote fürs berufliche Weiterkommen sinnvoll. Dies gilt auch für die zahlreichen MAS-Lehrgänge an Fachhochschulen, wie der Beitrag ab Seite 20 zeigt. Auch die beiden befragten Experten (ab Seite 18) kommen zu einem ähnlichen Schluss. Trotz Zugzwang am Arbeitsmarkt ist eines darum genauso wichtig: Die sorgfältige Prüfung, ob eine konkrete Weiterbildung zum aktuellen Zeitpunkt für einen persönlich sinnvoll ist.



GUT ZU WISSEN

Das MAS-Studium (Master of Advanced Studies) ist Teil der Weiterbildung. Der Weiterbildungsmaster ist nicht zu verwechseln mit einem Ausbildungsmaster (Masterstufe im Ausbildungsbereich mit den Titelabkürzungen MSc, MA). EMBA-Studiengänge gehören ebenfalls zu den Weiterbildungsmastern. Diese rücken betriebswirtschaftliches respektive Management-Know-how in den Mittelpunkt.

Für den MAS-Titel sind mindestens 60 ECTS-Credits erforderlich. Das entspricht einem berufs begleitenden Arbeitsaufwand von ungefähr 1800 Stunden – was zum Vergleich ein Jahr Vollzeitstudium darstellen würde. Ein MAS-Studium dauert in der Regel einhalb bis vier Jahre. Die Kosten sind sehr unterschiedlich. Oft liegen sie zwischen 20 000 und 30 000 Franken.

Viele MAS-Studiengänge bauen auf CAS-Kursen auf. Die Studierenden wählen die CAS-Kurse, die zum gewählten inhaltlichen Schwerpunkt am besten passen. Ein CAS-Kurs verlangt einen Arbeitsaufwand von 12 bis 15 ECTS-Credits. Diese Studienorganisation erlaubt ein inhaltlich individuell ausgerichtetes Studieren.

Hauptsache Studium gilt schon lange nicht mehr. Entscheidend ist die Praxisrelevanz.

Bilder: zVg/ZHAW

Gradmesser ist Anwendbarkeit

MAS Mit einer Weiterbildung auf Hochschulstufe erwirbt man Kompetenz, Wissen und Erfahrung. Das MAS-Angebot von Fachhochschulen trumps in diesem Feld auf – sofern sich das Angebot an den Bedürfnissen und Anliegen der Praxis orientiert.

VON CLAUDIA HEINRICH

FIT FÜR DIE DIGITALE ZUKUNFT

MAS IN INFORMATION TECHNOLOGY MIT VERTIEFUNG BUSINESS ANALYST, BERNER FACHHOCHSCHULE (BFH)

Dauer: 5 Semester **Kosten:** 26 000 Franken **Beschreibung:** Dieser MAS richtet sich an IT-Spezialisten, welche die Verbindung zwischen Business und der IT bilden. Der MAS lehrt, wie Digitalisierungs- und IT-Innovationsprojekte vorangetrieben werden, wie ein effizientes und wirkungsvolles Requirements Engineering durchgeführt wird und wie moderne Methoden des Projektmanagements angewendet werden.

EMBA MARKETING, HOCHSCHULE FÜR WIRTSCHAFT ZÜRICH (HWZ)

Dauer: 3 Semester **Kosten:** 49 800 Franken **Beschreibung:** Die relevanten Veränderungen in den Märkten zu erkennen, marktgerechte Innovationen zu entwickeln und den Wandel im eigenen Unternehmen aktiv zu gestalten, sind zentrale Herausforderungen im Marketing. Dieser EMBA will umfassend, ganzheitlich und umsetzungsbezogen auf diese Veränderungen vorbereiten.

MAS ARBEIT 4.0 – TRANSFORMIERTE ORGANISATION UND DIGITALES HR, FERNFACHHOCHSCHULE (FFHS)

Dauer: 4 Semester **Kosten:** 26 550 Franken **Beschreibung:** Innovative Zusammenarbeitsformen, neue Methoden und digitale Tools sind wichtige Erfolgsfaktoren für Unternehmen in der modernen Arbeitswelt. Dieser MAS lehrt, wie agile Organisationsentwicklung, digitale Führung und zukunftsweisendes HR-Management im Unternehmen angewendet werden.

MAS DIGITAL MARKETING, FACHHOCHSCHULE NORDWESTSCHWEIZ (FHNW)

Dauer: 3 Semester **Kosten:** 28 900 Franken **Beschreibung:** Diesem MAS liegt ein «Digital Marketing Toolkit» mit sieben Bausteinen zugrunde, welches das Zentrum für Digitale Transformation und Marketing entwickelt hat. Die Elemente des Toolkits ermöglichen den digitalen Marketing-Mix aufzubauen und umzusetzen.

MAS IN BUSINESS INFORMATION MANAGEMENT, FACHHOCHSCHULE OSTSCHWEIZ (FHO)

Dauer: 60 Präsenztag **Kosten:** 24 816 Franken **Beschreibung:** Neben technischer Expertise wird zunehmend auch unternehmerisches Know-how zum Erfolgsfaktor beim Management von IT-Organisationen. Dieser MAS vermittelt fundiertes Wissen im Bereich IT-Management und schafft die Voraussetzungen, um IT-Bereiche und -Abteilungen erfolgreich zu führen.

MAS DIGITAL MARKETING AND COMMUNICATION MANAGEMENT, HOCHSCHULE LUZERN (HSLU)

Dauer: 4 Semester **Kosten:** 29 700 Franken **Beschreibung:** Dieser MAS vereint die Theorie des digitalen Marketings und deren praktische Anwendung. Teilnehmende lernen die Tools und Strategien kennen, welche für effektive Onlinekommunikation nötig sind.

MAS DIGITALES & INNOVATIVES MANAGEMENT, KALAIOS FACHHOCHSCHULE

Dauer: 4 Semester **Kosten:** 30 400 Franken **Beschreibung:** Die Wirtschaft befindet sich in der digitalen Transformation mit all ihren Erwartungen, Nutzen und Möglichkeiten. Dies fordert viele Unternehmen und ihre Führungskräfte heraus. Dieser MAS vermittelt ein ganzheitliches Verständnis der relevanten Märkte und Wettbewerbssituationen und damit der Handlungskompetenz.

MAS DIGITALE TRANSFORMATION, ZÜRCHER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN (ZHAW)

Dauer: 5 Semester **Kosten:** 31 000 Franken **Beschreibung:** Dieser MAS bereitet Fach- und Führungskräfte aus allen Unternehmensbereichen auf aktuelle und künftige Herausforderungen vor. Dabei lehrt der Studiengang, wie neue, digitale Geschäftsmodelle, Prozesse und Kundenbeziehungen sowie angepasste Führungssysteme zu erfolgreicher Innovation und Transformation verhelfen können.

Mehr Informationen und weitere MAS unter www.fhmaster.ch

Die ersten MAS-Studiengänge an Fachhochschulen entstanden 2005. Seither ist das Angebot stark gewachsen: Heute gibt es mehrere Hundert MAS-Studiengänge verschiedenster Fachrichtungen. Warum der Weiterbildungsmarkt so boomt, liegt gemäss Toni Schmid, Geschäftsführer von FH SCHWEIZ, dem Dachverband der FH-Absolventinnen und -Absolventen, daran, dass sich das berufliche Umfeld schnell wandelt. Das zei-

gen auch die Resultate der FH-Lohnstudie 2017: Rund die Hälfte der Teilnehmenden bestätigt, dass sich ihr Berufsfeld in den letzten fünf Jahren «ziemlich stark» verändert hat. Ebenso viele gehen davon aus, dass dies auch in den kommenden fünf Jahren der Fall sein wird. Ursachen für diese Veränderungen sehen 60 Prozent der FH-Absolventen in der technologischen Entwicklung und den veränderten Organisationen. «Die Veränderungen der Arbeitsbedingungen betreffen in

DIE AUTORIN



Claudia Heinrich, Leiterin Public Affairs von FH SCHWEIZ, dem Dachverband der Fachhochschul-Absolventinnen und -Absolventen.

erster Linie die Anforderungen an die Kompetenzen der einzelnen Mitarbeitenden. Insbesondere Flexibilität, IT-Kompetenz und lebenslanges Lernen sind gefragt», so Prof. Dr. Anja Habegger, die an der Berner Fachhochschule zum Thema neue Arbeitswelten forscht.

ES MUSS PASSEN

Allerdings macht eine Weiterbildung nicht immer Sinn: «Eine Weiterbildung bringt gerade für Führungskräfte nur etwas, wenn sie auf die individuelle Situation abgestimmt ist», so Toni Schmid. Eine Empfehlung der ehemaligen Rektorenkonferenz der Fachhochschulen wünschte sich eine klare Berufs- und Bedarfsorientierung für die MAS-Studiengänge. Im Vordergrund stünden der Praxistransfer sowie die Erweiterung der Berufsbefähigung der MAS-Studierenden, heisst es dort. Das Zielpublikum dieser Studiengänge umschreibt die Empfehlung mit erfahrenen Kaderpersonen und Fachspezialistinnen – sowie mit Berufswechslerinnen, Personen also, die sich das grundlegende Know-how eines neuen Arbeitsgebiets rasch erarbeiten müssen. Und das neben der Berufstätigkeit. Kurzum: Ein MAS-Studiengang unterstützt die Studierenden idealerweise darin, ihre bestehenden Qualifikationen spezifisch zu ergänzen, sinnvoll zu erweitern oder umsichtig zu sichern.

SCHÄRFUNG DES PROFILS

MAS-Studiengänge setzen im Idealfall bei den Kompetenzen und Erfahrungen von Berufspersonen an. Die Studierenden bringen ihre Motivation und ihre Ziele ein, die Arbeitgeber ihre Erwartungen und Bedürfnisse. MAS-Studiengänge sollten die Anwendbarkeit in der Praxis zum massgebenden Kriterium ihrer Ausrichtung definieren. Anwendbarkeit heisst Praxisnähe und Praxisrelevanz. Und genau dies schärft das Profil des einzelnen Absolventen. Das FH-Profil beschreibt das Kompetenz- und Erfahrungsprofil und unterstreicht die hohe Beschäftigungsbefähigung. Es setzt sich aus vier Kompetenzen (Fach-, Methoden-, Selbst- und Sozialkompetenz) und der Arbeitswelterfahrung zusammen. Die Ausbildung und die folgende Weiterbildung müssen diesem Profil dienen. Jeder Lernprozess auf MAS-Ebene zielt somit darauf ab, das eigene Profil zu stärken. ■