



Mittelständische
Unternehmensführung
Master of Business
Administration in
Entrepreneurship

Mittelständische Unternehmensführung – (MBA) in Entrepreneurship

Berufsbegleitender Masterstudiengang



HOCHSCHULE
HANNOVER
UNIVERSITY OF
APPLIED SCIENCES
AND ARTS

In Kooperation mit

UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

FHDW
FACHHOCHSCHULE FÜR DIE WIRTSCHAFT
HANNOVER

DANIELA BEHRENS ist Staatssekretärin im Niedersächsischen Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr.



Jede unternehmerische Tätigkeit, die dem Mittelstand dient, hilft auch der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung eines Bundeslandes und damit Deutschland. In Niedersachsen bestimmen kleine und mittelständische Unternehmen unsere Struktur. Sie sind der Motor für Wachstum und Beschäftigung, sie bilden das Rückgrat der niedersächsischen Wirtschaft.

Deshalb steht der Mittelstand im Fokus unserer Wirtschaftspolitik. Wir brauchen qualifizierte Unternehmensgründer/-innen und Unternehmensnachfolger/-innen mit fundiertem und nachhaltigem Mittelstandswissen, um die Stärke unseres Mittelstandes und damit unserer Wirtschaftskraft zu wahren, nicht nur in Niedersachsen.

Mit dem 2012 gestarteten Masterstudiengang „Mittelständische Unternehmensführung MBA in Entrepreneurship“, kurz MU/MBA, vermittelt die Hochschule Hannover nun schon im dritten Durchgang sehr erfolgreich das nötige Wissen für diejenigen, die im Mittelstand unternehmerisch tätig werden wollen oder es bereits sind. Bei hohem Praxisbezug fördert MU/MBA berufsbegleitend unternehmerisches Denken und Handeln, entwickelt Stärken und Führungsqualitäten, hilft bei der Verwirklichung eigener Geschäftsideen und qualifiziert für die Unternehmensnachfolge.

Ich kann diesen Studiengang allen angehenden Unternehmerinnen und Unternehmen empfehlen.

DR. SABINE JOHANNSEN ist Vorstandmitglied der NBank und Unterstützerin von MUMBA seit der ersten Stunde.



Menschen, die etwas auf die Beine stellen, die ihre Ideen in die Tat umsetzen, fördert Niedersachsen auf vielfältige Weise. In der NBank vermitteln wir günstige Kredite und Coachings, die auf diesem Weg vielfältig unterstützen. Was aber ist mit der Unternehmensnachfolge? Das Geschäft aus den Händen eines erfahrenen Seniors zu übernehmen, ist keinesfalls eine „Gründung light“. Es ist ein Prozess, der genau geplant sein will, um erfolgreich zu sein.

Und das Gelingen von Nachfolgeprozessen hat für Niedersachsen eine starke wirtschaftliche Bedeutung. Mit jedem Scheitern droht dem Land ein volkswirtschaftlicher Schaden. Arbeitsplätze, Fachwissen und regionale Kaufkraft sind gleichermaßen gefährdet.

Umso mehr unterstützen wir MUMBA, weil dieser Masterstudiengang den Schritt in die Unternehmensnachfolge gewissenhaft und qualitativ hochwertig vorbereitet und nachhaltigen Erfolg verspricht. MUMBA bietet Fachkräften wertvolles Wissen rund um die Unternehmensführung und hohen Praxisbezug. Deshalb gratulieren wir allen Studentinnen und Studenten, die sich für MUMBA entscheiden: Dieser Schritt zahlt sich aus!

Mittelständische Unternehmensführung MBA in Entrepreneurship

Führung braucht Kompetenz. Ziel des Studiengangs ist es, berufserfahrenen Hochschulabsolventinnen und -absolventen mit erstem akademischem Abschluss, die erforderlichen Kompetenzen zu vermitteln, die sie für eine unternehmerische Karriere benötigen.

Der berufsbegleitende und berufsintegrierende Studiengang trägt den Besonderheiten mittelständischer Unternehmen Rechnung. Zum einen werden den Studierenden mittelstandsspezifische betriebswirtschaftliche Kenntnisse vermittelt; zum anderen wird die für den Erfolg eines Unternehmens entscheidende Unternehmerpersönlichkeit besonders gefördert.



> **PROF. DR. MÖLLER UND
PROF. DR. BIELER** Studiengangsleitung

DER MASTERSTUDIENGANG

- führt berufsbegleitend zum Erfolg,
- gewährleistet einen hohen Praxisbezug in allen Modulen,
- bietet Mittelstandswissen auf Spitzenniveau,
- baut Stärken aus und hilft, Führungsqualitäten zu erweitern,
- fördert personenbezogene Kompetenzen im Bereich des unternehmerischen Denkens und Handelns,
- garantiert hervorragende Dozentinnen und Dozenten,
- qualifiziert zur Unternehmensnachfolge,
- bildet Unternehmerinnen und Unternehmer aus.

Unser MBA richtet sich an Hochschulabsolventinnen und -absolventen, die im Mittelstand unternehmerisch tätig werden wollen oder es bereits sind. Sie möchten ein Unternehmen gründen, die Nachfolge antreten oder sich als Führungskraft im Mittelstand qualifizieren? Dann sind Sie bei uns richtig! Durch die Verknüpfung von betriebswirtschaftlichen Inhalten mit den Kenntnissen zum erfolgreichen unternehmerischen Denken und Handeln können Sie eigene Unternehmerqualitäten entwickeln oder bereits vorhandene ausbauen. Der Studiengang trägt den Anforderungen an ein erfolgreiches Unternehmertum in innovativer Weise Rechnung.

Der Studiengang wird von der Hochschule Hannover in Kooperation mit der Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover (FHDW) durchgeführt. Er ist eine Gemeinschaftsinitiative der niedersächsischen Wirtschaft und wird von den Unternehmerverbänden, den Kammern, der Hannoverschen Volksbank und der Sparkasse Hannover, dem Wirtschaftsministerium und der EU über EFRE unterstützt.

EINFÜHRUNG IN DAS UNTERNEHMERTUM

5 CP, 25 Stunden Präsenzzeit

Lehrende: Stefan Bieler, Fenna Neubauer

Die Thematisierung der Motivations- und Erfolgsfaktorenforschung und das Aufzeigen von Möglichkeiten unternehmerischer Selbstständigkeit erfolgt mit praxisorientierten Beispielen. Die behandelten Themen bilden eine sehr gute Grundlage für die weiteren Module im Studium.

Das Basismodul „Einführung in das Unternehmertum“ führt theoretisch und praktisch in die spezifischen unternehmerischen Herausforderungen und Chancen des mittelständischen Unternehmertums in Deutschland ein. Den Möglichkeiten schneller Entscheidungen, direkten Kunden- und Mitarbeiterkontakts, großer Marktnähe und Wendigkeit stehen Herausforderungen der nahezu „Allzuständigkeit“ von Führungskräften in Unternehmen mit flachen Hierarchien gegenüber. Hieraus ergeben sich persönliche und fachliche Anforderungen an Unternehmerpersönlichkeiten, die die besondere Existenzberechtigung des Studiengangs bilden. Diese Herausforderungen sind den Fach- und Führungskräften mittelständischer Unternehmen wohl bewusst. Hiervon ausgehend bilden die Rahmenbedingungen unternehmerischen Handels im Mittelstand und die Erkenntnisse der Erfolgsfaktorenforschung der Betriebswirtschaftslehre und anderer betroffener Fachdisziplinen den Schwerpunkt. Das Basismodul ist die Grundlage für die Module „Unternehmerisches Denken und Handeln“ und „Betriebswirtschaftslehre mittelständischer Unternehmen“.

UNTERNEHMERISCHES DENKEN UND HANDELN

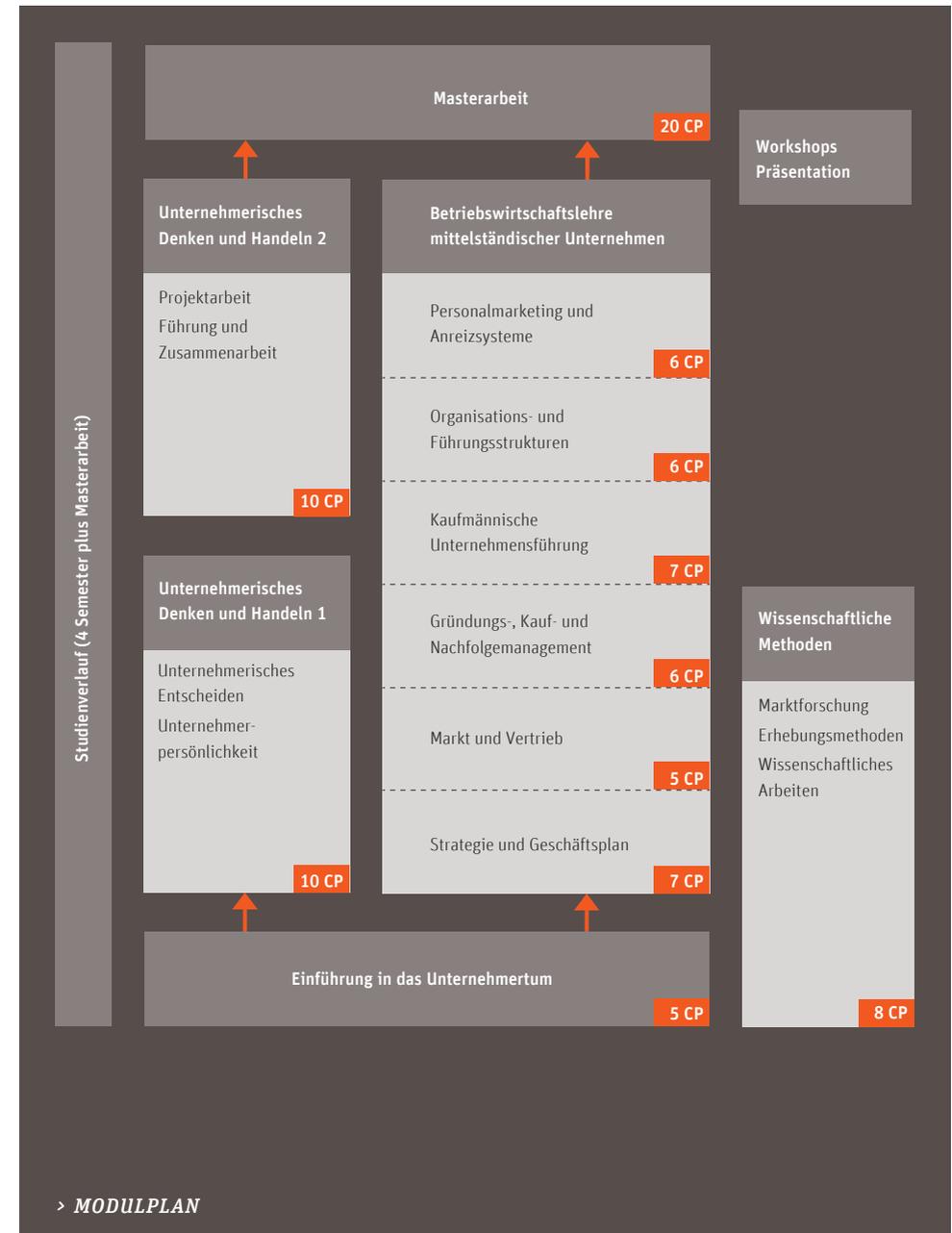
20 CP, 100 Stunden Präsenzzeit

Lehrende: Sabine Wesely, Daniel Wrede, Franz Wirtz, Andreas Göhring

Unter Berücksichtigung des demografischen Wandels, der Zukunftsfähigkeit der jeweiligen Unternehmen und der dort Agierenden, ist das Modul „Unternehmerisches Denken und Handeln“ darauf angelegt, die eigene Unternehmenspersönlichkeit und Berufsfähigkeit (Employability) zu reflektieren und zu stärken.

Das Modul ist auf die Reflexion und die Gestaltung eigener (Führungs-) Kompetenzen und das Erkennen von (Führungs-) Schwächen ausgerichtet. Interaktive oder direkte Führungsbeziehung („Leadership“) dient der Umsetzung der strukturellen Führung. Sie läuft primär über persönliche (auch informelle und nonverbale) Interaktionen und betrifft positions- wie personenbezogene Erwartungen sowie damit verbundene Funktionen: vom Analysieren, Reflektieren, Interpretieren bis zum Entscheiden, Kooperieren und Gratifizieren.

Das Modul geht von der wissenschaftlich getragenen Erkenntnis aus, dass es für die Schlüsselkompetenzen einer professionellen Führungskraft bei weitem nicht ausreicht, über das notwendige Fachwissen (Hard Skills) zu verfügen. Genauso wichtig sind die Schlüsselqualifikationen zur Berufsfähigkeit (Employability). Dazu gehören unter anderem Kommunikationsfähigkeit, Einfühlungsvermögen, Kreativität, Analysefähigkeit, gute Lern- und Arbeitstechniken, Leistungsbereitschaft, Flexibilität, Zuverlässigkeit, Selbstständigkeit und vieles mehr.



WISSENSCHAFTLICHE METHODEN**8 CP, 40 Stunden Präsenzzeit****Lehrer: Henning Austmann**

„Wissenschaftliche Methoden“ für die mittelständische Unternehmensführung? Der logische Zusammenhang dieser beiden vermeintlich fremden Welten ergibt sich erst auf den zweiten Blick: Denn fundierte und aktuelle Informationen über Kunden, Wettbewerber oder andere Stakeholder sind unabdingbar für das erfolgreiche Management von Unternehmen. Dazu werden KMU-relevante Marktforchungsinstrumente vorgestellt und diskutiert – und in der Praxis der Studierenden erprobt.

Dieses Modul verfolgt drei Ziele: Erstens sollen die wesentlichen Grundlagen des wissenschaftlichen Arbeitens (Themenfindung, Strukturen, Schreiben, Zitieren, etc.) wiederholt und ergänzt werden. Zweitens sollen spezielle Kenntnisse zu qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden aufgebaut und vertieft werden. Drittens sollen die Lehrinhalte auf praktische Fragestellungen übertragen und angewendet werden (Erforschung von Wettbewerbern, Kunden, Marktumfeld, etc.). Durch die praktische Anwendung ergibt sich für dieses Modul eine Schnittstelle zum Modul „Markt und Vertrieb“. Bei der Diskussion und Anwendung aller Themen soll den strukturellen und personellen Besonderheiten mittelständischer Unternehmen Rechnung getragen werden. Nach erfolgreichem Abschluss dieses Moduls sind die Studierenden in der Lage, eine hochwertige wissenschaftliche Arbeit selbstständig zu erstellen. Die Studierenden beherrschen die wichtigsten Methoden der Datenerhebung und Datenanalyse und können sie selbstständig auf ein begrenztes



Forschungsdesign anwenden. Die Studierenden können effektive und den Rahmenbedingungen mittelständischer Unternehmen angemessene Instrumentarien der Marktforschung auswählen und einsetzen.

STRATEGIE UND GESCHÄFTSPLAN**7 CP, 35 Stunden Präsenzzeit****Lehrer: Lars Baumann**

In diesen Modul wird u.a. der Einfluss von Kultur auf den internationalen Markteintritt im Rahmen der strategischen Planung behandelt. Dabei messen wir in Rahmen von Gruppenübungen die Kulturprofile (basierend auf dem Kulturmodell nach Hofstede) der Teilnehmer (IT-gestützt) und diskutieren die möglichen Spannungsfelder, die bei Internationalisierungen in bestimmten Märkten auftreten können. Weiterhin können die Studierenden einen Geschäftsplan oder ein Strategiepapier erstellen und darüber mit der Gruppe diskutieren.

Die Studierenden lernen die strategische Positionierung eines Unternehmens im Markt zu analysieren. Sie sind in der Lage, Geschäftsmodelle zu beschreiben und die wichtigsten Parameter der strategischen Geschäftsausrichtung selbstständig anzuwenden. Unter den besonderen Bedingungen eines mittelständischen Unternehmens mit geringen Managementressourcen, begrenztem Budget und dadurch eingeschränkten Möglichkeiten lernen die Studierenden, die Unternehmensziele erfolgreich umzusetzen. Die Studierenden erfahren im Rahmen einer Gruppenarbeit, wie eine Neupositionierung des Geschäftsmodells anhand der einschlägigen Kriterien zu entwickeln und in einem Geschäftsplan darzulegen ist. Die Bearbeitung eines Geschäftsplans setzt voraus, dass von den Studierenden die theoretischen Grundlagen gelernt werden, d.h. welche Elemente in einem Geschäftsplan enthalten sein müssen und wie diese aufzubereiten sind, um die Leser des Geschäftsplans zu überzeugen.

MARKT UND VERTRIEB**5 CP, 25 Stunden Präsenzzeit****Lehrer: Fenna B. Neubauer**

Hierbei werden die relevanten Kenntnisse und Methoden zur Entwicklung eines strategischen und operativen Marketingkonzepts für ein mittelständisches Unternehmen vermittelt. Ein besonderes „Highlight“ in diesem Modul ist die praxisnahe Erprobung der gewonnenen Kenntnisse nicht etwa durch anachronistische „Case Studies“ aus dem Lehrbuch, sondern anhand realer innovativer Produkte und Dienstleistungen, mit denen sich die MBA-Studierenden in der Unternehmenspraxis beschäftigen oder mit denen sie in den Markt eintreten möchten.

Erfolgreiche Unternehmerinnen und Unternehmer kennen ihre Märkte und haben fundierte Kenntnisse und Strategien, welche Kunden sie mit welchen Angeboten und welcher Positionierung erreichen wollen. Aus der eigenen Positionierung im Wettbewerb heraus können sie ihr Angebot für die Zielgruppen klar identifizierbar kommunizieren und erfolgreich verkaufen. Um diese Aufgaben bewältigen zu können, bedarf es eines Rüstzeugs, das in der Betriebswirtschaftslehre dem Marketing einschließlich der Marktforschung und dem Vertrieb zugeordnet ist. In diesem Modul werden deshalb die handwerklichen betriebswirtschaftlichen Aspekte und Kenntnisse für KMU´s erarbeitet, um die erforderlichen Informationen anhand wissenschaftlich fundierter Markt- und Wettbewerbsanalysen zunächst zu beschaffen und zu bewerten, darauf aufbauend eine nachhaltige, marktbezogene Strategie und schlussendlich die dazugehörigen operativen Vertriebsstrukturen und Methoden zur Umsetzung zu erarbeiten.

GRÜNDUNGS-, KAUF- UND NACHFOLGEMANAGEMENT

6 CP, 30 Stunden Präsenzzeit

Lehrende: Ulrich Gehrke, Jens Bruns

Ziel ist es, den Studierenden nicht nur das für Sie häufig fremde Vokabular der Bankerinnen und Banker, der Unternehmensberaterinnen und Banker, der Unternehmensberaterinnen und Steuerberater oder Steuerberaterinnen und Steuerberater verständlich zu machen, sondern Sie auch zu befähigen, mit diesen Beraterinnen und Beratern auf Augenhöhe zu diskutieren. Neben dieser Wissensvermittlung anhand praxisingerechter Beispiele soll ihnen ein Werkzeugkasten an wirksamen Controllinginstrumenten für den täglichen Gebrauch nach erfolgter Übernahme vermittelt werden.

In diesem Modul sollen besonders die Gründung und die Nachfolge eines eigentümergeführten Unternehmens betrachtet werden. Nicht selten stellt dies ein einschneidendes Ereignis sowohl für den jungen, als auch für die übergebenden Alt-Unternehmerinnen und Alt-Unternehmer dar. In diesem Zusammenhang sollen zuerst die unterschiedlichen Gesellschaftsformen in Deutschland vorgestellt werden. Dabei wird zwischen betriebswirtschaftlichen, steuerlichen und rechtlichen Aspekten unterschieden. Die national am häufigsten vertretenen Gesellschaftsformen sind, gerade im Mittelstand, neben den Einzelunternehmen, die GmbH und die GmbH & Co. KG. Diese werden in einem eigenen Kapitel unter verschiedenen Gesichtspunkten genauer untersucht. Thematisch wird dieser Bereich mit dem Nachfolgeprozess abgerundet. Hier werden verschiedene Phasen vorgestellt, die bei einer typischen Unternehmensnachfolge auftreten.

Jedoch steht nicht nur die Gründung bzw. die Nachfolge in diesem Modul im Vordergrund. Auch der Kauf eines fremden Unternehmens erfordert viel Know-How und ist sehr facettenreich. In verschiedenen Themenblöcken werden die Unternehmensanalyse und Bewertung eines Unternehmens sowie die Möglichkeiten einer Finanzierung beleuchtet. Dabei werden die verschiedenen Instrumente und Dimensionen der Unternehmensanalyse und die relevanten Verfahren zur Bewertung von Unternehmen vorgestellt. Im Finanzierungsteil werden Eigen- und Fremdkapital gegenübergestellt und es wird ein Überblick über Förderungsmöglichkeiten durch verschiedene Institutionen gegeben.

KAUFMÄNNISCHE UNTERNEHMENSFÜHRUNG

7 CP, 35 Stunden Präsenzzeit

Lehrende: Stefan Bieler, Karsten Wiese

Wie steuert man „zahlenseitig“ sein Unternehmen am besten, ohne dabei „Kennzahlenfriedhöfe“ zu schaffen oder das Unternehmen „im Blindflug“ zu steuern? Indem man das sinnvoll verwertet, was bereits vorhanden ist, Bilanzen, GuV und die Datev-BWA. Keine überflüssige Rechnerei oder Analysen, aber gerade so viel, dass man damit sein Unternehmen im Tagesgeschäft gut „controllen“ kann. Ein Beispiel aus der Kostenstellenrechnung soll exemplarisch aufzeigen, wie die BAB-Zahlen in Kombination mit einem variablen Vergütungssystem zu zielgerichteter (d.h. Wirtschaftlichkeit fördernder) Kommunikation führen - Zahlen also die Grundlage für Verbesserungsprozesse werden.

Ziel dieses Moduls ist die Vermittlung relevanter Steuerungsgrößen für die finanzielle

und kaufmännische Unternehmensführung kleiner und mittelständischer Unternehmen. Es geht dabei um die zentrale Fragestellung, welche Kenntnisse die mittelständische Unternehmerin bzw. der mittelständische Unternehmer besitzen muss, um sich selbst, unternehmensinternen und -externen Stakeholdern das Unternehmen zahlenseitig zu erklären und plausibel zu machen. Wegen der traditionell starken Abhängigkeit der KMU von der Bankenfinanzierung stehen Ratingprinzipien ebenso auf der Agenda wie prospektive Planungsinstrumente in Bezug auf Investitionen, Cash Flow sowie Kosten und Erlöse.

ORGANISATION UND FÜHRUNGSSTRUKTUREN

6 CP, 30 Stunden Präsenzzeit

Lehrender: Lars Baumann

In den Lehrveranstaltungen dieses Moduls werden realitätsnahe Fallstudien, die Probleme in der täglichen Arbeit aufzeigen und die Spannungsfelder einer wachsenden Organisation klar verdeutlichen, Ansätze für Restrukturierungen und Organisationsoptimierungen bei Unternehmenskrisen sowie Spannungsfelder der Stablinie und Multi Matrix Organisationen bearbeitet.

Insbesondere in kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) hängen der Erfolg des Unternehmens und eine langfristige strategische Positionierung häufig an einzelnen erfahrenen Leistungsträgern. Diese Schlüsselpersonen sind meist Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der ersten Stunde oder haben profunde Erfahrungen in Bezug auf ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal des Unternehmens. Zentrale Fragestellungen



gen dieses Moduls sind aktuelle Formen von Organisations- und Führungsstrukturen und wie diese auch für KMU effektiv angewendet werden können, um Wissens- und Leistungsträger angemessen in die Unternehmensstrukturen zu integrieren. Insbesondere die Anpassungen der Organisationsstrukturen im Unternehmen oder die Delegation von Entscheidungskompetenzen sind ein häufiger Auslöser für Konflikte im Unternehmen. Hier müssen die theoretischen Mechanismen einer Reorganisation verstanden und ggf. auf die eigene Situation im Unternehmen anwendbar gemacht werden.

PERSONALMARKETING UND ANREIZSYSTEME

6 CP, 30 Stunden Präsenzzeit
Lehrender: Alexander Leschinsky

In diesem Modul verrät ein sehr erfahrener Headhunter den Studierenden die wichtigsten Regeln, wie ein Projekt zur Rekrutierung von neuen Mitarbeitern professionell gestaltet wird, welche Schritte in einem solchen Projekt auf keinen Fall versäumt werden dürfen, um geeignete Kandidatinnen und Kandidaten für das eigene Unternehmen zu gewinnen und welche Maßnahmen wirksame Barrieren gegen die Abwerbung der eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden.

Aus der demographischen Entwicklung unseres Landes folgt seit einigen Jahren der „war for talents“, der Kampf um die begabtesten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Hier stehen die mittelständischen Unternehmen im Wettbewerb mit Konzernen, denen es leichter fällt, gut qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für sich zu gewinnen. Ein mittelständisches Unternehmen hat häufig keine ausreichenden personellen Kapazitäten, um sich intensiv mit der Beschaffung und Betreuung von Personal zu befassen. In diesem Modul lernen die Studierenden, wie sie die Methoden des Personalmarketings, der Rekrutierung und der Personalbindung auf die Belange des Mittelstandes übertragen können. Am Ende sind sie in der Lage, ein Gesamtkonzept für die Personalgewinnung und Personalbindung, unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation mit anderen Arbeitgeberinnen und Arbeitgebern und der dem Unternehmen zur Verfügung stehenden Ressourcen, zu entwickeln.



„Unternehmerisches Denken kann man lernen ...“

Ein neuer Studiengang in Hannover bereitet Studenten auf die Unternehmensführung im Mittelstand vor.“

(dlz Agrarmagazin, April 2014)

„Der neue Studiengang soll den Mangel an qualifiziertem Nachwuchs kompensieren“

(HAZ, 9. Februar 2013)

„Der Mittelstand muss quasi alles können. Die Unternehmensführung heutzutage ist allerdings viel komplizierter als noch vor 20 Jahren“

(Neue Presse, 17.07.2012)

„Das Interesse einer Unternehmensübernahme durch Personen, die pauschal einer führenden Position nicht abgeneigt sind, könnte durch das neue Studienangebot durchaus wachsen.“

(Neue Presse, 17.07.2012)

„Eine besondere Rolle spielen dabei die Unternehmen, die ein großes Interesse am Studiengang zeigen.“

(Niedersächsisches Wirtschaftsjournal, Juli/August 2012)

Unser Team: Eine Mischung aus akademischer Expertise und unternehmerischem Erfolg ... eine wertvolle Kombination für Ihre Zukunft.



Prof. Dr. Henning Austmann

ist Professor für ABWL und Internationales Management an der Fakultät IV, Wirtschaft und Informatik, der Hochschule Hannover. Er studierte „International Business Studies“ in Deutschland und den USA. Nach dem Studium war für fünf Jahre am Aufbau einer Hamburger Unternehmensberatung beteiligt und promovierte zum Thema: Gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Kontext nachhaltiger Entwicklung. Seine Promotion wurde begleitet von Forschungsaufenthalten in den Philippinen und in Uganda. Vor der Tätigkeit als Hochschullehrer gründete er eine Organisationsberatung für Nachhaltigkeitsmanagement und verantwortete zuletzt für drei Jahre die Wirtschafts- und Unternehmensförderung der deutschen Entwicklungszusammenarbeit mit Namibia.

An der Hochschule Hannover leitet Prof. Austmann den Doppelbachelor-Studiengang „International Business Studies“ und hält darüber hinaus zumeist englischsprachige Lehrveranstaltungen rund um die Themen internationale Unternehmensführung, Wirtschaftsethik und wissenschaftliches Arbeiten.



Prof. Dr.-Ing. Lars Baumann

M.B.A., M.Eng.

ist Professor für Wirtschaftsinformatik, insbesondere Projektmanagement und Internationales Management an der Leibniz-Fachhochschule, sowie freiberuflicher Unternehmensberater und Dozent der Hochschule Hannover sowie der Frankfurt School of Finance and Management.

Nach dem Diplom-Studium der Technischen Informatik, einem Master of Business Administration für Unternehmensführung, einem Master of Engineering für erneuerbare Energien und einem Doktor der Ingenieurwissenschaften, lehrt er seit mehreren Jahren die Themen Unternehmensgründung, interkulturelles und globales Management, Projektmanagement und Software Engineering.

Neben den Lehrtätigkeiten hat er bereits mehr als 10 Unternehmen gegründet, und ist aktuell an vier Unternehmen im Bereich strategischer Unternehmensberatung und Projektmanagement beteiligt und als Berater bei Kunden aktiv.



Prof. Dr. Stefan Bieler

war nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Friedrich-Alexander Universität Erlangen-Nürnberg und der Aston Business School Birmingham/England und seiner Promotion zunächst als geschäftsführender Gesellschafter einer Schulungs- sowie Beratungsgesellschaft tätig. Im Anschluss daran arbeitete er als Mitarbeiter der Mittelstandsberatungsgesellschaft Dr. Kirst & Partner und als Dozent der Bankakademie Frankfurt (heute Frankfurt School of Finance and Management). Seit Januar 2000 ist er Professor für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre mit dem Schwerpunkt Mittelständische Wirtschaft an der FHDW-Hannover und seit 2003 Abteilungsleiter der Betriebswirtschaftslehre. Prof. Dr. Bieler vertritt an der FHDW Hannover das Schwerpunktfach Mittelständische Wirtschaft, in dem es um die Steuerung und Führung eigentümergeführter (Familien)Unternehmen geht.

Von ihm stammen diverse Veröffentlichungen zur Unternehmensnachfolge. Forschungsseitig befasst sich Prof. Dr. Bieler als Vorstand des Zentrums für empirische Mittelstandsforschung (ZeM e.V.) mit Themen zur Nachfolgeregelung und der Steuerung von Veränderungsprozessen in kleinen und mittleren Unternehmen.



Ulrich Gehrke

Steuerberater und Wirtschaftsprüfer

studierte Volkswirtschaft und Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Steuern und Wirtschaftsprüfung an den Universitäten in Freiburg und Münster. Nach dem Studium arbeitete er bei den internationalen Beratungsunternehmen KPMG und bei Arthur Andersen (EY) in Südafrika, den USA und Deutschland. Er legte die Prüfung zum Steuerberater und Wirtschaftsprüfer ab.

Nach gesammelten Erfahrungen bei internationalen Beratungsunternehmen erfolgte ein bewusster Wechsel in Richtung zur ganzheitlichen Beratung mittelständischer, häufig inhabergeführter Unternehmen. Seit 1992 ist Herr Gehrke geschäftsführender Gesellschafter der Gehrke econ Gruppe, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Rechtsanwältin, Unternehmensberater.

Seine Beratungsschwerpunkte sind dabei u. a. die steuerliche Gestaltungsberatung, die Optimierung von vorweggenommenen Erfolgen und die Begleitung von Unternehmenskäufen bzw. -übergaben. Daneben sitzt er in mehreren Beiräten von mittelständischen Unternehmen, Banken und Private Equity Gesellschaften.



V.-Prof. Fenna B. Neubauer,

Dipl.-Betriebswirtin M.A.,

ist Unternehmerin und hat seit 2011 an der Fakultät IV, Wirtschaft und Informatik, der Hochschule Hannover eine Vertretungsprofessur. Dort ist sie auch wissenschaftliche Leiterin des NEXSTER Entrepreneurship-Zentrums.

Nach ihrem Studium der internationalen Betriebs- und Volkswirtschaftslehre war sie mehrere Jahre als Projektleiterin bei einem führenden ITK-Unternehmen in den Bereichen Strategie, Post-Merger Integration und Kommunikation tätig und lehrte an der FH Würzburg u.a. Management Training. Ihre aktuellen Forschungs- und Lehrgebiete sowie Vorträge umfassen Gründungs- und Innovationsmanagement, Unternehmertum und Unternehmensakquisitionen.

Frau V.-Prof. Neubauer hat als Unternehmerin zahlreiche Auszeichnungen erhalten – neben verschiedenen Innovations- und Gründerpreisen (u.a. überreicht vom Niedersächsischen Ministerpräsidenten) einen Bundespreis des Bundeswirtschaftsministeriums sowie den WECONOMY-Award der Wissensfabrik und des Handelsblattes. Sie ist Titelträgerin „Kultur- und Kreativpilotin Deutschland“, eine Initiative der Bundesregierung.



Sabine Wesely

Diplom-Pädagogin, Sozialpsychologin M.A.

ist verantwortlich für die Module Soziale Kompetenz, Grundlagen und Vertiefung an der Hochschule Hannover, Fakultät IV, Wirtschaft und Informatik, Abteilung Betriebswirtschaft und lehrt dort Präsentation und Kommunikation, Selbstmanagement, Verhandlungs- und Moderationstechniken sowie Führung und Persönlichkeit.

Nach dem Magister in Sozialpsychologie, Geschichte und Politik sowie dem Diplom in Pädagogik mit zahlreichen Zusatzausbildungen in z.B. Gesprächsführung, Transaktionsanalyse, Szenischen Beratungsverfahren und Schauspiel war sie lange Zeit als Trainerin und Beraterin tätig, bevor sie in mittelständischen Betrieben als Personalentwicklerin arbeitete. Nach einem Aufenthalt in Kanada und der Tätigkeit als Competence Flow Managerin in einem internationalen Möbelkonzern in Schweden kehrte sie nach Hannover zurück, um als Dozentin Wissen und Erfahrungen weiter zu geben und als Rednerin zu begeistern.



Prof. Dr. Daniel Wrede

hat nach dem Diplomstudium an der Leibniz Universität Hannover (Sozialwissenschaften, Betriebswirtschaftslehre und Non Profit Management) eine Ausbildung zum Trainer bei der WBS Hamburg absolviert. Nach mehrjähriger Tätigkeit als Lehrbeauftragter hat er im Jahr 2007 im Fach Sozialpsychologie an der Leibniz Universität Hannover promoviert.

Seit 2012 ist er als Professor an der FHDW Hannover, Abteilung Betriebswirtschaftslehre, beschäftigt. Seine Fachgebiete sind Wirtschaftspsychologie und soziale Kompetenz. Nebenberuflich ist Prof. Dr. Wrede tätig als freier Trainer und Coach. Davor war er in verschiedenen Beratungsfirmen regional und bundesweit beschäftigt. Es hat eine Ausbildung als Coach nach den Richtlinien des IACC und Zertifizierungen für verschiedene Persönlichkeitsmodelle.



Sven Bauer

*Entwicklungsingenieur im Bereich Elektrik/
Elektronik in der Automobilindustrie*

Laut dem Institut für Mittelstandsforschung (IfM) werden 2014 mehrere tausend mittelständische Unternehmen in Niedersachsen ohne Nachfolgerin und Nachfolger sein, Tendenz steigend. Dieses bietet jungen Fachkräften zahlreiche Chancen der Unternehmensnachfolge.

Durch eine Nachfolge ergeben sich viele Vorteile. Das Unternehmen ist bereits am Markt etabliert und hat Beziehungen zu Lieferanten und Kunden. Es gibt bestehende Mitarbeiterstrukturen und man kann während der Übergangszeit auf den Erfahrungen des Vorgängers aufbauen.

Ich arbeite seit meinem Abschluss des Studiums der Fahrzeuginformatik (2011) als Dipl. Ing. (FH) in der Automotive Entwicklung. Ich belege den Studiengang Mittelständische Unternehmensführung (MBA) in Entrepreneurship, weil ich mich mit meinem Abschluss für die Nachfolge eines mittelständischen Unternehmens aus dem Bereich Automotive im Großraum Braunschweig / Hannover qualifizieren möchte.



Britta Dreyer

*Familienunternehmerin in der
fünften Generation*

Gemeinsam mit meinem Mann, Dipl.-Ing. Fahrzeugbau, führe ich ein mittelständisches Unternehmen in der fünften Generation. Dabei bin ich für die Bereiche Strategische Planung, Personal, EDV und Marketing verantwortlich. Die spezielle Ausrichtung auf den Mittelstand und der Praxisbezug machen diesen Studiengang attraktiv. Bereits jetzt kann ich sagen, dass das Erlernte und auch der Austausch mit den Kommilitonen wichtige Impulse gesetzt und gute Ideen für meine Arbeit gebracht haben.



Michael Neumann

*Gesellschafter eines
IT-Start-up-Unternehmens*

Ich bin seit fünf Jahren nebenberuflich in einem IT-Unternehmen als Gesellschafter tätig. Ziel meiner Selbstständigkeit war es von Beginn an, diese hauptberuflich auszuüben. Aus diesem Grund habe ich mich für diesen MBA entschieden. Er verspricht tiefgehendes Wissen rund um die deutsche mittelständische Wirtschaft und legt großen Wert auf Persönlichkeitsentwicklung. Der Studiengang ist ideal, um ein Netzwerk aufzubauen und sich mit anderen Studierenden sowie Professorinnen und Professoren über die Selbstständigkeit auszutauschen.



Sebastian Adamski

*Geschäftsführer eines ambulanten
Pflegeunternehmens in Hildesheim*

Ich studiere mittelständische Unternehmensführung auf MBA Niveau, da ich mich mit meinem Unternehmen damit bestens gerüstet sehe für die Zukunft.

Informationen

Zugangsvoraussetzungen

- Bachelorabschluss (mind. 210 CP) oder ein Diplom in einem MINT-Studiengang (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft, Technik), im sozialen oder geisteswissenschaftlichen Bereich
- Mindestens zwei Jahre einschlägige Berufserfahrung
- Motivationsschreiben (zwei Seiten)

Vereinbarkeit von Berufstätigkeit und Studium

Die Präsenzphasen finden an Wochenenden statt und werden unterstützt u.a. durch Studienbriefe, E-Learning, Coaching und tutorielle Betreuung, So sind Beruf und Studium gut zu vereinbaren.

Abschluss

Nach erfolgreichem Studium wird der akademische Grad Master of Business Administration (MBA) verliehen. Der Masterabschluss ist ein berufsqualifizierender Abschluss und berechtigt zur Promotion.

Kosten

Anmeldegebühr 100 EUR
Gebühr pro Monat* 500 EUR
Prüfungsgebühren 900 EUR
(* Laufzeit von 24 Monaten)

Zusätzlich fällt pro Semester die allgemeine Gebühr für alle Studierenden an. Diese beträgt zurzeit 137 EUR bei Wohnort außerhalb des GVH.

Entwicklung

Die Entwicklung des Studiengangs wurde durch EFRE (Europäischer Fonds für regionale Entwicklung), die Stiftung Innovations- und Zukunftsfonds Niedersachsen, die Sparkasse Hannover und die Hannoversche Volksbank gefördert.

Akkreditierung

Das Akkreditierungsinstitut ACQUIN (Akkreditierungs-, Zertifizierungs- und Qualitätssicherungs-Institut) hat diesen Studiengang akkreditiert.



Ansprechpartner

Prof. Dr. Christian Möller
Tel.: 0511 9296-1513
christian.moeller@hs-hannover.de

Prof. Dr. Stefan Bieler
Tel.: 0511 284-8365
stefan.bieler@fhdw.de

Rainer Thilla, Dipl.-Kfm., MHA
Tel.: 0511 9296-3329
rainer.thilla@hs-hannover.de
oder
mu-mba@hs-hannover.de

Susanne Keck
Tel.: 0511 9296-3317
susanne.keck@hs-hannover.de
oder
mu-mba@hs-hannover.de

Bewerben Sie sich hier:

Hochschule Hannover
ZSW-Weiterbildung
Blumhardtstr. 2
30625 Hannover

mu-mba@hs-hannover.de



Weitere Infos zu Studium und
Bewerbung: www.mu-mba.de

***Die Hochschule Hannover:** Rund 9.200 Studierende (davon 1971 in der Fakultät IV-Wirtschaft und Informatik) profitieren von den vielseitigen Chancen, die ein Studium an der Hochschule Hannover bietet. International ausgerichtet und regional verankert bietet die Hochschule ein breites Fächerspektrum. Es werden in überdurchschnittlichem Maße duale und berufsbegleitende Studienmodelle angeboten sowie innovative Studiengangskonzepte und Lernformen umgesetzt.*

***Die Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover:** Aktuell studieren an der FHDW 500 Studierende in sieben akkreditierten Bachelor- und Masterstudiengängen mit technischen und betriebswirtschaftlichen Inhalten. Die betriebswirtschaftlichen Studiengänge bilden ein eigenständiges Lehr- und Forschungsgebiet mit einem Schwerpunkt in Mittelständischer Wirtschaft. Kurze Studienzeiten mit den beiden Lernorten Hochschule und Unternehmen gewährleisten den Absolventinnen und Absolventen einen schnellen Berufseinstieg mit sehr guten Karriereperspektiven.*

Der Studiengang wird von der Hochschule Hannover in Kooperation mit der Fachhochschule für die Wirtschaft Hannover (FHDW) angeboten.



DER MASTERSTUDIENGANG

- führt berufsbegleitend zum Erfolg,
- gewährleistet einen hohen Praxisbezug in allen Modulen,
- bietet Mittelstandswissen auf Spitzenniveau,
- baut Stärken aus und hilft, Führungsqualitäten zu erweitern,
- fördert personenbezogene Kompetenzen im Bereich des unternehmerischen Denkens und Handelns,
- garantiert hervorragende Dozentinnen und Dozenten,
- qualifiziert zur Unternehmensnachfolge,
- bildet Unternehmerinnen und Unternehmer aus.

**Weitere Infos zu Studium und
Bewerbung: www.mu-mba.de**

**V.i.S.d.P.: Prof. Dr. Christian Möller,
Prof. Dr. Stefan Bieler**

Gefördert mit Mitteln der:



Konzept & Design:

anneandrea. Markenschärfung & Design

Fotografie: David Carreno Hansen