

staufenbiel

MBA Trends-Studie 2010/11

Entwicklungen und Trends in der MBA-Ausbildung



Die wichtigsten Ergebnisse der staufenbiel MBATrends-Studie 2010/11

Schulen

Ein wichtiges Kriterium für die Qualität einer Business School ist die Internationalität, die in Europa traditionell höher ist als in den USA. Während an der Thunderbird School of Global Management 52 Prozent internationale Studenten eingeschrieben sind und die Schule damit an der Spitze der amerikanischen Auswertung liegt, hat etwa das IMD International Institute for Management Development (Schweiz) mit 99 Prozent fast nur internationales Publikum. Nicht unwichtig für die weitere Karriere sind auch die Angebote der Career Services. 88 Prozent aller Schulen, die geantwortet haben, gaben an, Alumni-Kontakte herzustellen.

Programme

So unterschiedlich wie die Schulen sind auch die Programme. Ein gemeinsamer Trend ist der Ausbau der E-Learning-Tools im Unterricht. So gaben fast 70 Prozent aller Schulen an, Business Simulationen im Unterricht einzusetzen, die Hälfte aller bearbeiteten Fallstudien wurde online abgewickelt und in rund ein Drittel aller Programme kommen E-Books zum Einsatz. Um die Qualität zu sichern, gehen viele Schulen Kooperationen ein. Mehr als 80 Prozent aller Schulen engagieren Gastredner und 43 Prozent bieten Consultingprojekte. Auslandsaufenthalte gehörten bei zwei Drittel aller Schulen zum festen Stundenplan.

Teilnehmer

In Europa verfügen MBA-Studenten durchschnittlich über fünfeinhalb Jahre Berufserfahrung, während es in den USA nur knapp fünf Jahre sind. Oft sind die Schulen auf bestimmte Ausbildungshintergründe ihrer Teilnehmer spezialisiert. So haben sich an der Fachhochschule Frankfurt

ausschließlich Ingenieure für den MBA immatrikuliert. Die CEU Business School zeichnet sich dadurch aus, dass zwei Drittel der Studenten einen wirtschaftswissenschaftlichen Hintergrund haben.

Einstiegsbranchen und -bereiche

Traditionell steigen viele MBA-Absolventen im Finanz- und Bankbereich ein. An der Leonard N. Stern School of Business ist es jeder zweite Absolvent, in Europa steht an der Spitze die Manchester Business School. 37 Prozent ihrer Absolventen geht in die Finanzbranche. Doch auch Consulting ist nach wie vor beliebt. Rund ein Drittel der Studenten der Stanford Graduate School of Business findet jedes Jahr in der Unternehmensberatung den Einstieg. Die RSM Erasmus Universität liegt für diesen Bereich mit 27 Prozent an der Spitze in Europa.

Ähnlich wie in den Einstiegsbranchen sind auch die Ergebnisse in den Einsatzbereichen der MBA-Absolventen. Im Financial Management steigen mehr als die Hälfte aller Absolventen der Jesse H. Jones Graduate School of Business ein. In Europa liegt das IMD International Institute auf Platz eins mit einem Viertel aller Absolventen.

Gehälter

Ein MBA wirkt sich positiv auf die Gehaltsentwicklung aus. Von allen Schulen, die sich an der MBATrends-Studie 2010/11 beteiligten, erhalten die Absolventen der Stanford Graduate School of Business nach dem Abschluss die höchsten Gehälter mit insgesamt über 200 000 Dollar. Wie stark sich der MBA finanziell auszahlt, ist allerdings individuell verschieden. Gehaltssteigerungen sind abhängig von der Branche, dem Einsatzbereich und auch der geografischen Lage.

Studiendesign

Staufenbiel Institut befragte für die staufenbiel MBATrends-Studie 2010/11 bereits zum 18. Mal die weltweit führenden Business Schools nach aktuellen Daten und Trends in der MBA-Ausbildung. Die Studie liefert detaillierte Informationen über die Schulen und ihre Programme, über Programmschwerpunkte, ihre Internationalität und die Teilnehmer. Befragt wurden die Schulen außerdem nach den Einstiegsbranchen und Einstiegsfeldern ihrer Absolventen und auch, wie hoch ihr Gehalt nach Abschluss ist. Zwischen Februar und Juni 2010 analysierte das Berliner Trendence Institut für Personalmarketing die Antworten von insgesamt 147 Schulen mit 231 Programmen in den USA und in Europa.

Die Kapitel auf einen Klick

Schulen

• Anzahl Bewerber und angenommene Studenten	4
• Frauenanteil	5
• Anteil internationale Studenten	6
• Recruitment-Angebote der Career-Services	7
• Zielsetzungen des MBA	8
• Studiengebühren	9

Programme

• Teilnehmerzahl der Programme	10
• Dauer der Programme	11
• E-Learning-Tools	12
• Kooperationen	12
• Akkreditierung	13
• Unterrichtssprache	13
• Internationale Orientierung	14

Teilnehmer

• Alter der Teilnehmer	15
• Berufserfahrung	15
• Ausbildungshintergrund Ingenieure	16
• Ausbildungshintergrund Naturwissenschaftler	16
• Ausbildungshintergrund Informatiker	16
• Ausbildungshintergrund Wirtschaftswissenschaftler	16
• Finanzierung der Ausbildung	17

Einstiegsbranchen

• Gesamtauswertung Einstiegsbranchen	18
• Banking, Financial Service	19
• Consulting	19
• Energy Industry	20
• Food and Consumer Goods	20
• Health Care Industry	21
• Information Technology	22
• Engineering	22

Einsatzbereiche

• Gesamtauswertung Einsatzbereiche	23
• Consulting	24
• Business Development	25
• Financial Management	26
• IT Department	27
• Marketing	28
• Project Management	29
• Logistik	30

Gehälter

• USA	31
• Europa	31

Impressum	32
-----------------	----

Wodurch zeichnet sich Ihre Schule aus? • Anzahl Bewerber

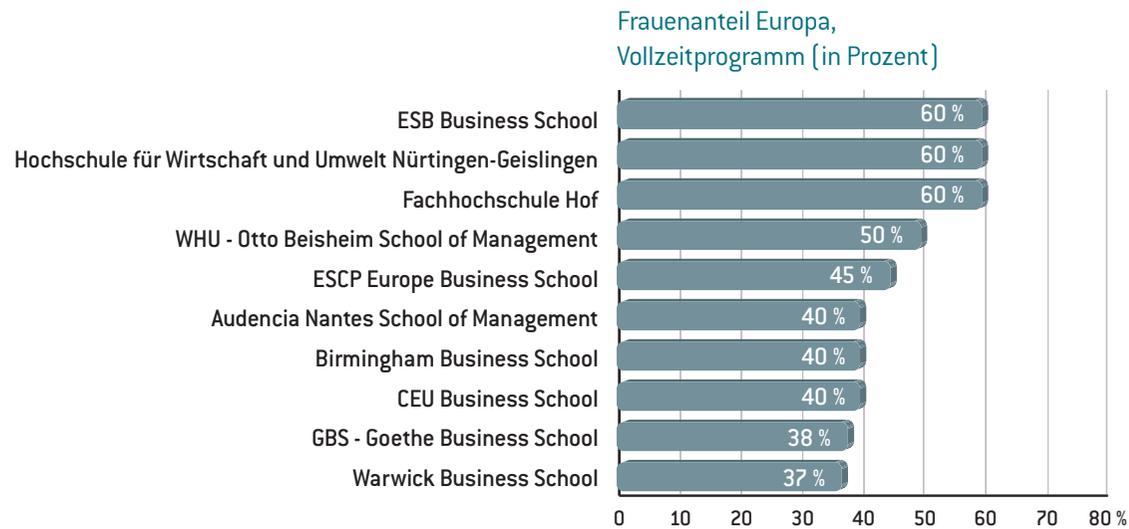
Anzahl Bewerber und angenommene Studenten, USA, Vollzeitprogramm

Schule	Bewerber	Angenommene Studenten	Prozent
Stanford Graduate School of Business	7536	492	7
Columbia Business School	6885	1028	15
Leonard N. Stern School of Business	4625	670	14
Haas School of Business	4064	446	11
Tuck School of Business at Dartmouth	2804	526	19
Yale School of Management	2790	502	18
University of Virginia Darden School of Business	2689	309	11
McCombs School of Business	2284	535	23
Kenan-Flagler Business School at UNC	1873	662	35
McDonough School of Business	1760	649	37

Wie beliebt ist bei Bewerbern welche Schule und warum? In der staufenberg *MBATrends-Studie 2010/11* wurde unter anderem gefragt, wie viele Bewerbungen die Schulen erhielten und wie viele Bewerber angenommen wurden. Laut Angaben der teilnehmenden Schulen verzeichnete die meisten Bewerber die Stanford Graduate School of Business, die von 7 536 Bewerbern nur 492 zum Studium zuließ. Analysiert wurden außerdem der Frauenanteil, die Internationalität und die Angebote der Career Services. Angaben machten die Schulen auch zu den Zielsetzungen des MBA und zu ihren Gebühren. Ein Studium in den USA ist noch immer um ein Vielfaches teurer als der Besuch einer europäischen Business School.



Wodurch zeichnet sich Ihre Schule aus? • Frauenanteil

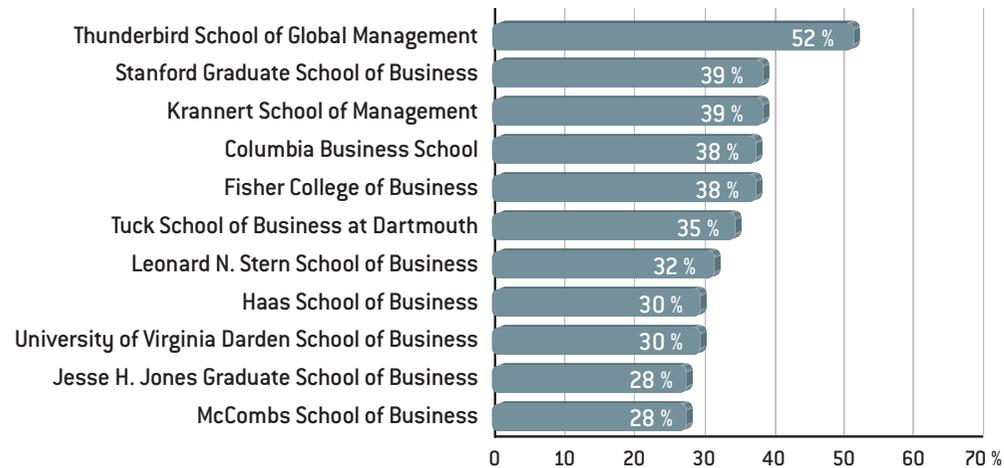


In den Business Schools sind Frauen nach wie vor in der Minderheit. 61,3 Prozent der Programme haben eine Frauenquote von 30 Prozent oder weniger. In 45,2 Prozent der Schulen sind 30 bis 50 Prozent Frauen. In nur 12 Prozent der Programme liegt die Frauenquote bei 50 Prozent oder höher. Um mehr Frauen für ein MBA-Studium zu begeistern, haben immer mehr Schulen Förderprogramme ins Leben gerufen.

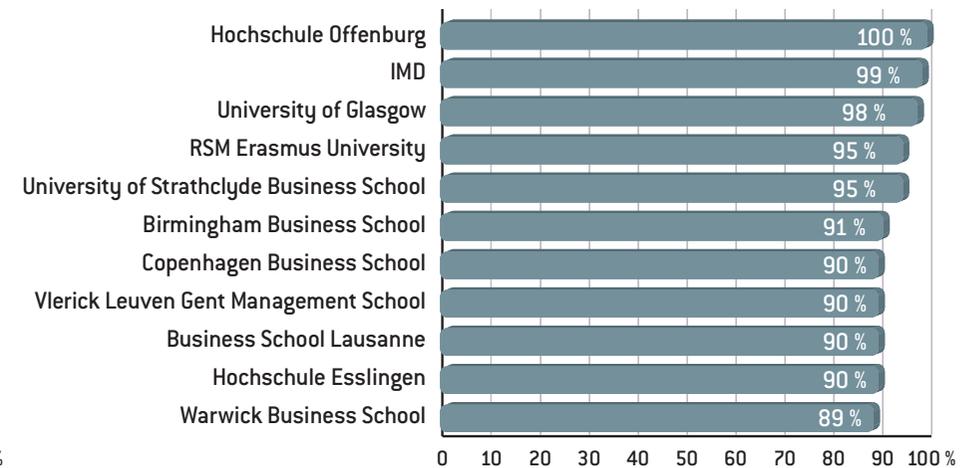
[zurück zum Inhalt](#) ■

Wodurch zeichnet sich Ihre Schule aus? • Internationale Studenten

Anteil internationale Studenten,
USA (in Prozent)



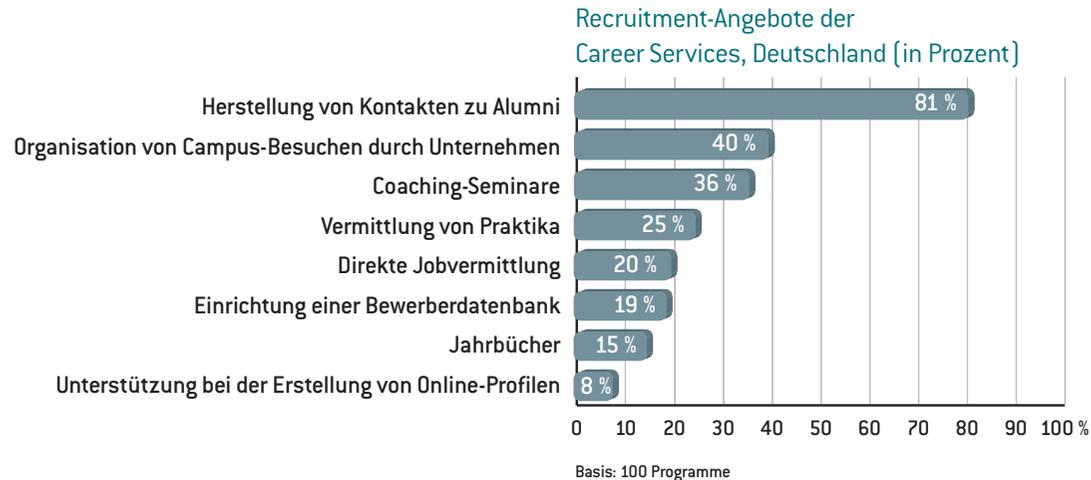
Anteil internationale Studenten,
Europa (in Prozent)



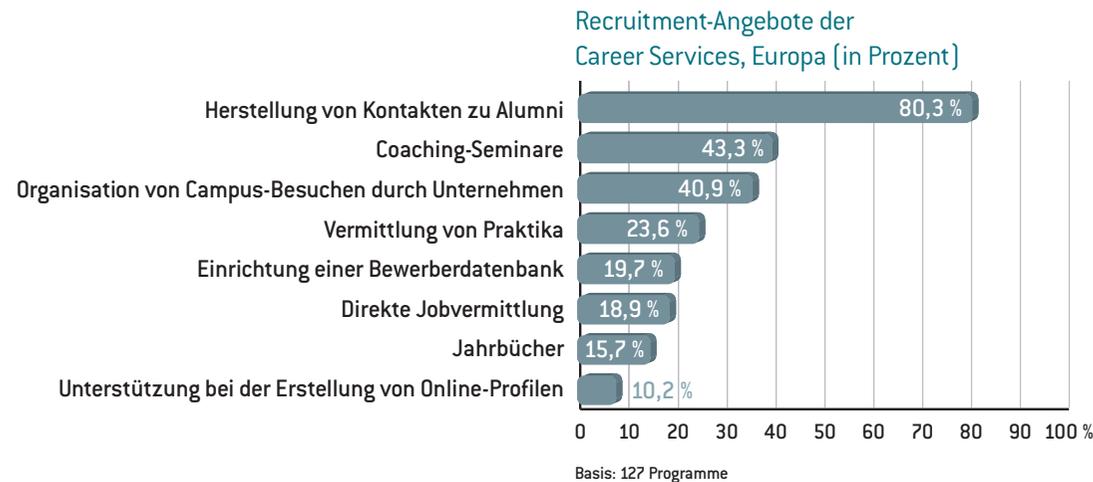
Der Anteil internationaler Studenten ist in Europa noch immer wesentlich höher als in den USA. Nur an der Thunderbird School of Global Management kommen mehr als die Hälfte aller Studenten aus dem Ausland.

[zurück zum Inhalt](#) ■

Wodurch zeichnet sich Ihre Schule aus? • Career Services

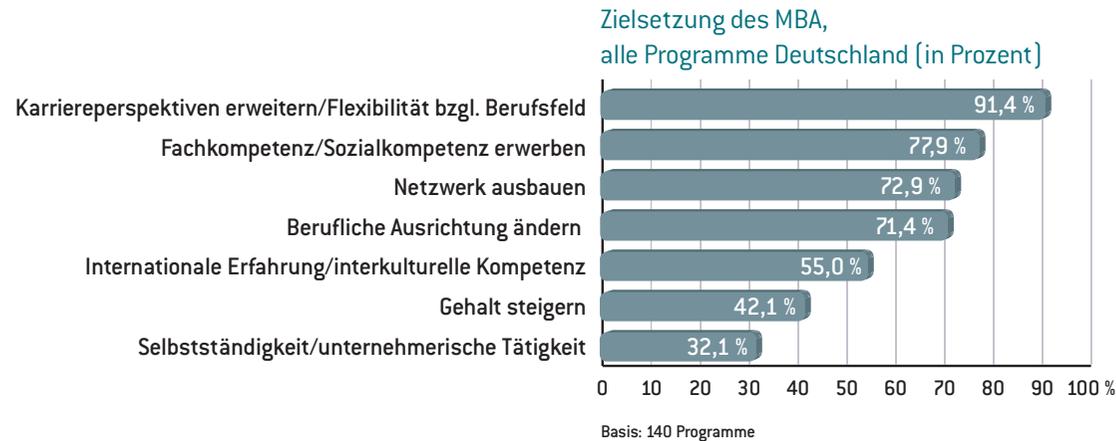


Vier von fünf Career Services stellen Kontakte zu Alumni her. Andere wichtige Aufgaben sind die Organisation von Unternehmensbesuchen auf dem Campus und Coaching-Seminare. Die Career Services begleiten die Studenten von Beginn an in ihrer Karriereplanung.

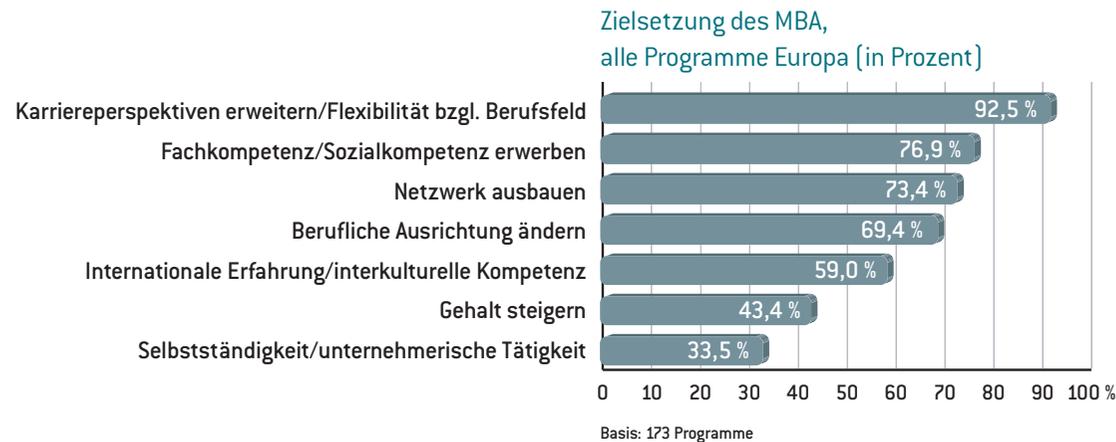


[zurück zum Inhalt](#) ■

Wodurch zeichnet sich Ihre Schule aus? • Zielsetzung

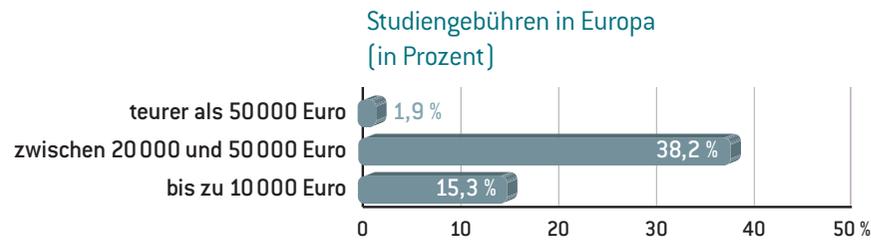


Die Karriereperspektiven ihrer Absolventen zu erweitern, ist das Ziel fast aller befragten Business Schools. Außerdem soll die Fach- und Sozialkompetenz verstärkt und das Netzwerk ausgebaut werden. Fast ebenso wichtig sind die Ziele, die berufliche Ausrichtung zu ändern und die interkulturelle Kompetenz zu steigern.



[zurück zum Inhalt](#) ■

Wodurch zeichnet sich Ihre Schule aus? • Gebühren



Ein MBA in Europa kostet durchschnittlich 22 838 Euro. Knapp 40 Prozent aller Programme schlagen mit 20 000 bis 50 000 Euro Kursgebühr zu Buche. Nur zwei von 100 Programmen sind teurer als 50 000 Euro.

[zurück zum Inhalt](#) ■

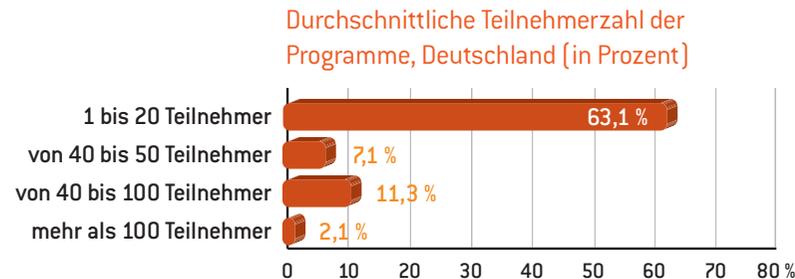
Was ist das Besondere an Ihrem Programm? • Teilnehmerzahl

Durchschnittliche Teilnehmerzahl an Vollzeitprogrammen:

Europa **111**

USA **491**

MBA-Programme sind vielfältig. Manche vermitteln Spezialwissen, andere generelles Management-Wissen, manche zeichnen sich durch kleine Gruppen aus, andere durch besondere Unterrichtsformen. Außerdem machten die Schulen Angaben zu ihrer internationalen Orientierung. Eines der Ergebnisse: Mehr als jede dritte Schule bietet Kurse mit internationaler Ausrichtung an. Fast genauso wichtig sind Auslandsaufenthalte oder auch internationale Fallstudien.



[zurück zum Inhalt](#) ■

Was ist das Besondere an Ihrem Programm? • Dauer

Dauer Vollzeitprogramme Europa, von 11 bis 24 Monaten
durchschnittlich 15 Monate
37 Prozent der Programm dauern 12 Monate
24 Prozent der Programme dauern 18 Monate

Dauer Teilzeitprogramme Europa, von 6 bis 36 Monaten
durchschnittlich 22 Monate
18 Prozent dauern 18 Monate
53 Prozent dauern 24 Monate

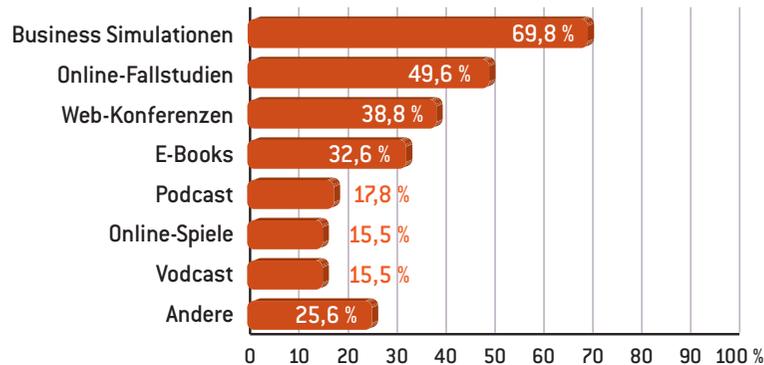
Dauer Distance-Learning Europa, von 12 bis 36 Monaten
durchschnittlich 26 Monate
38 Prozent dauert 24 Monate
27 Prozent dauert 30 Monate

In Europa zeigt sich der Trend hin zu kürzeren Programmen.
Während Vollzeitprogramme durchschnittlich 15 Monate dauern,
müssen für Teilzeitprogramme durchschnittlich 22 Monate ver-
anschlagt werden.

[zurück zum Inhalt](#) ■

Was ist das Besondere an Ihrem Programm? • E-Learning-Tools, Praxiselemente

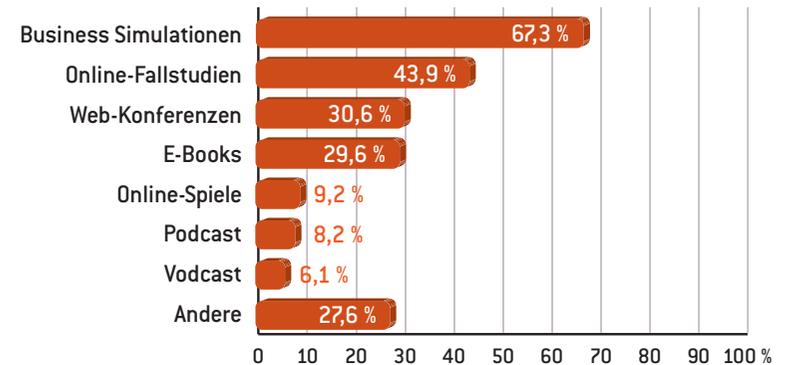
E-Learning-Tools, Europa
(in Prozent)



Basis: 129 Programme

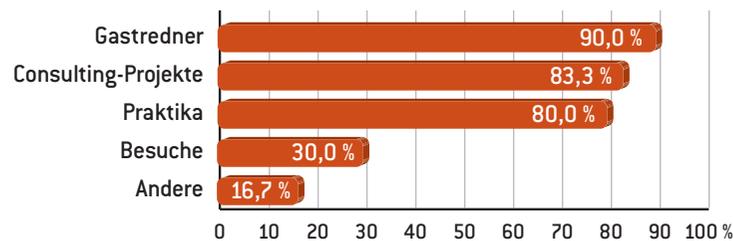
E-Learning-Tools werden immer wichtiger. Vor allem Business-Simulationen kommen zum Einsatz. Auch Online-Fallstudien und Web-Konferenzen sind Bestandteil des Unterrichts.

E-Learning-Tools, Deutschland
(in Prozent)



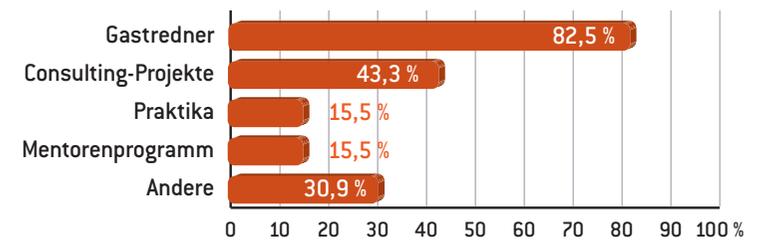
Basis: 98 Programme

Praxiselemente, Europa
(in Prozent)



Basis: 30 Programme

Praxiselemente, Deutschland
(in Prozent)



Basis: 97 Programme

[zurück zum Inhalt](#)

Was ist das Besondere an Ihrem Programm? • Akkreditierung • Unterrichtssprache

Programme, die akkreditiert sind
oder sich aktuell im Akkreditierungsprozess befinden,
Deutschland

Anzahl Programme akkreditiert	144
in %:	88,3 %

Keine Akkreditierung angegeben
oder keine Akkreditierung vorhanden,
Deutschland

Anzahl Programme nicht akkreditiert oder ohne Angabe	19
in %:	11,7 %

Bei wie vielen Programmen in Deutschland
ist die Unterrichtssprache **ausschließlich** Englisch?

Anzahl	43
in %:	33,3 %

Wie hoch ist der Prozentsatz der Programme in Deutschland,
die **ausschließlich** aus deutschen Teilnehmern bestehen?

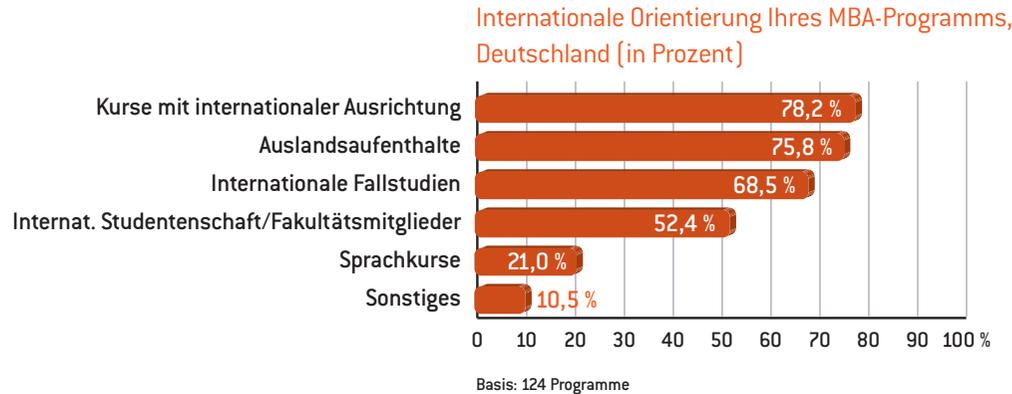
Anzahl	20
in %:	15,4 %

Wie viele Programme in Deutschland werden **zweisprachig**
absolviert? (meist Deutsch und Englisch, oder aber die
Kombination mit anderen Sprachen wie etwa Spanisch).

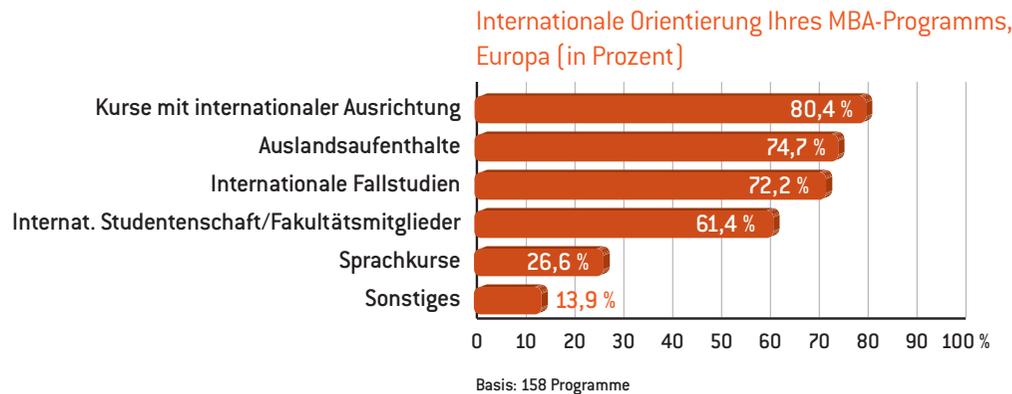
Anzahl	73
in %:	56,6 %

[zurück zum Inhalt](#) ■

Was ist das Besondere an Ihrem Programm? • Internationale Orientierung



Europäische MBA-Programme zeichnen sich durch eine hohe Internationalität aus. Etwa 80 Prozent der Programme bieten Kurse mit internationaler Ausrichtung an. Ebenfalls wichtig sind Auslandsaufenthalte und die Bearbeitung von internationalen Fallstudien.



[zurück zum Inhalt](#) ■

Wie sind Ihre Klassen zusammengesetzt? • Alter, Berufserfahrung

Durchschnittliches Alter der Teilnehmer beim Examen (gesamt)

Europa	33,3
USA	33,9

Durchschnittliches Alter der Teilnehmer beim Examen (Vollzeitprogramm)

Europa	29,4
USA	29,3

Durchschnittliches Alter der Teilnehmer beim Examen (Teilzeitprogramm)

Europa	34,5
USA	36,7

Berufserfahrung Durchschnittliche Berufserfahrung der Teilnehmer

Europa	5,5
USA	4,9

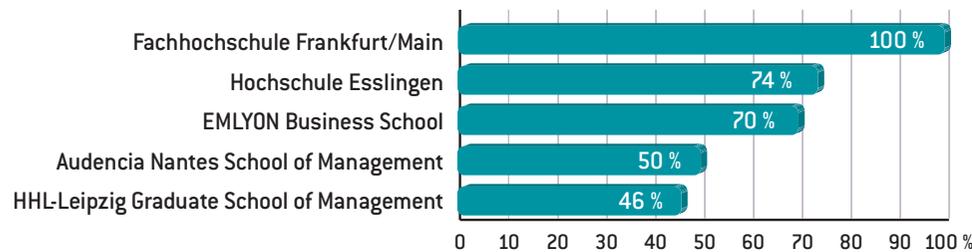
Ein wichtiger Aspekt bei der Entscheidung für einen MBA ist die Teilnehmerstruktur. Wie alt sind die Teilnehmer und wie viel Berufserfahrung haben sie? Während in den USA der MBA häufig direkt nach dem Studium absolviert wird, verfügen die Teilnehmer in Europa über mehr Berufserfahrung. Und auch der Ausbildungshintergrund spielt eine wichtige Rolle. Die befragten Business Schools gaben unter anderem an, wie viele Ingenieure bei ihnen studieren, wie viele Wirtschaftswissenschaftler oder auch wie viele Naturwissenschaftler. 90 Prozent aller MBA-Studenten finanzieren ihren Abschluss mit Hilfe eigener Ersparnisse. 88 Prozent wurden außerdem von ihrem Arbeitgeber finanziell unterstützt. Mehrfachantworten waren möglich.



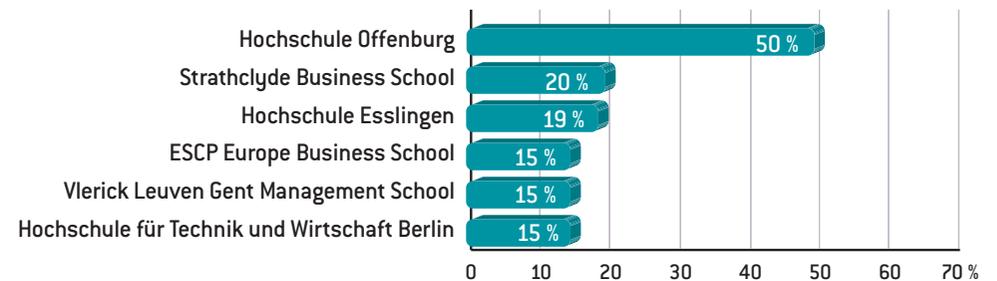
[zurück zum Inhalt](#) ■

Wie sind Ihre Klassen zusammengesetzt? • Ausbildungshintergrund

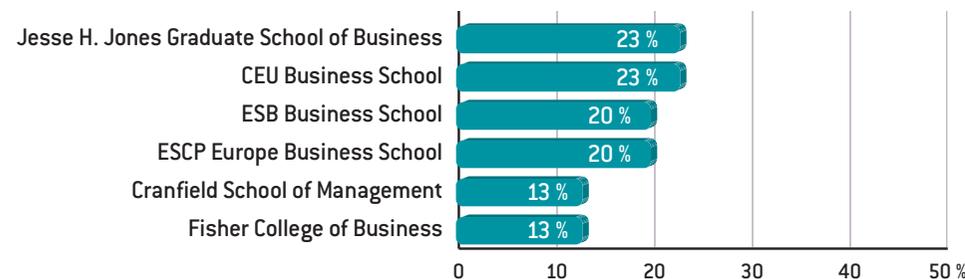
Ausbildungshintergrund (Vollzeitprogramme)
Ingenieure (in Prozent)



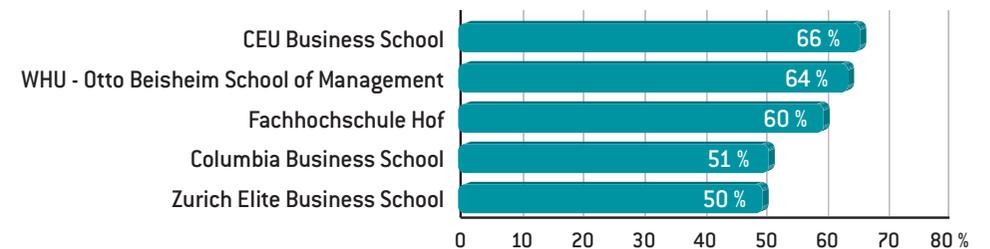
Ausbildungshintergrund (Vollzeitprogramme)
Informatiker (in Prozent)



Ausbildungshintergrund (Vollzeitprogramme)
Naturwissenschaftler (in Prozent)



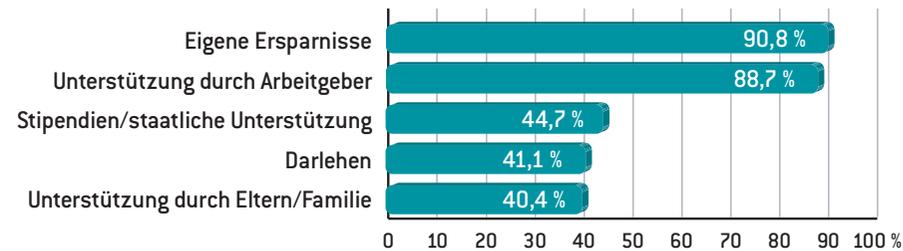
Ausbildungshintergrund (Vollzeitprogramme)
Wirtschaftswissenschaftler (in Prozent)



[zurück zum Inhalt](#)

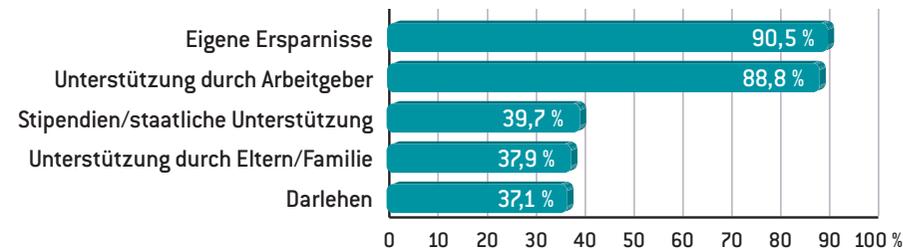
Wie sind Ihre Klassen zusammengesetzt? • Finanzierung

Wie finanzieren MBA-Studenten ihre Ausbildung?
Alle Programme, Europa (in Prozent)



Basis: 141 Programme
Mehrfachnennung möglich

Wie finanzieren MBA-Studenten ihre Ausbildung?
Alle Programme, Deutschland (in Prozent)



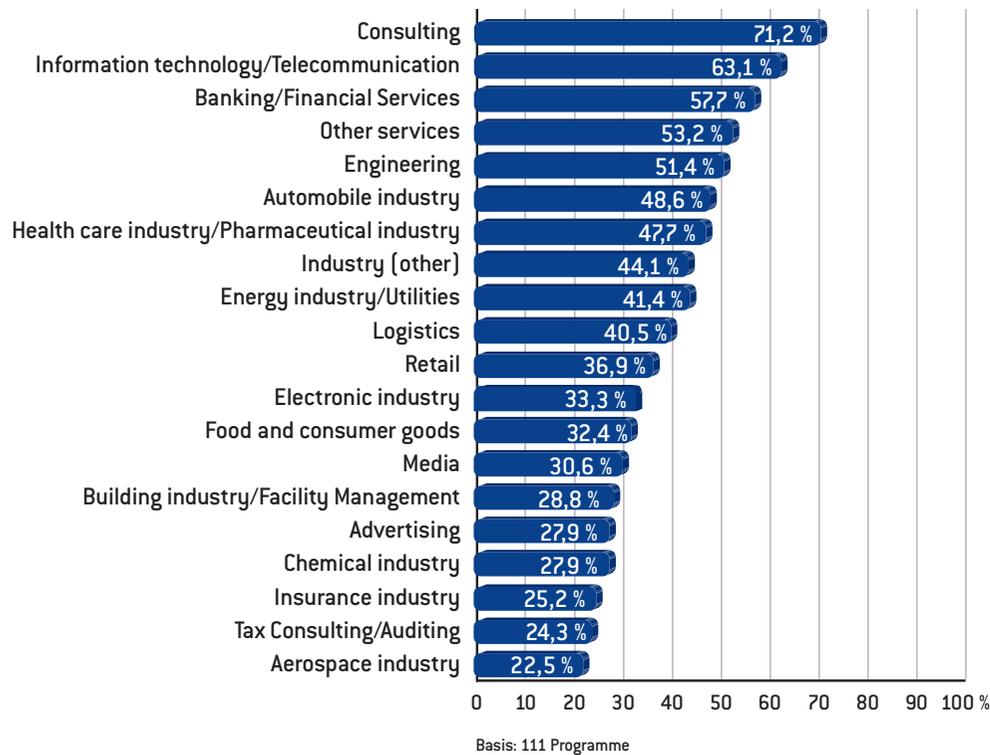
Basis: 116 Programme
Mehrfachnennung möglich

[zurück zum Inhalt](#) ■

Einstiegsbranchen

In welche Branchen steigen Ihre MBA-Absolventen ein? • Gesamtauswertung

Gesamtauswertung Einstiegsbranchen



Jede Business School ist auf bestimmte Branchen spezialisiert. Staufenbiel Institut fragte für die Studie die Schulen, in welche Branchen ihre Absolventen einsteigen. Besonders beliebte Branchen sind Consulting, Information Technology, Banking/-Financial Service, Engineering, Automobilindustrie, Health Care Industry und Energieindustrie. Die Gesamtauswertung zeigt, dass Consulting noch immer die beliebteste Einstiegsbranche ist.



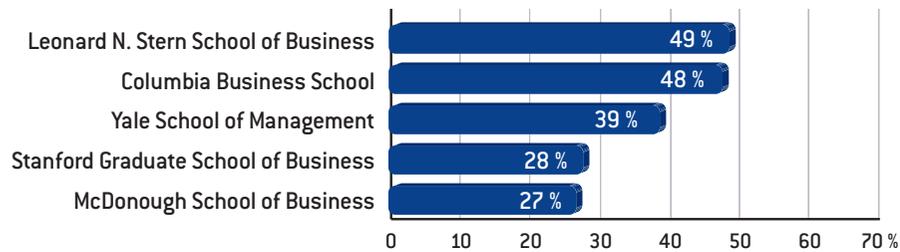
[zurück zum Inhalt](#)

Einstiegsbranchen

In welche Branchen steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

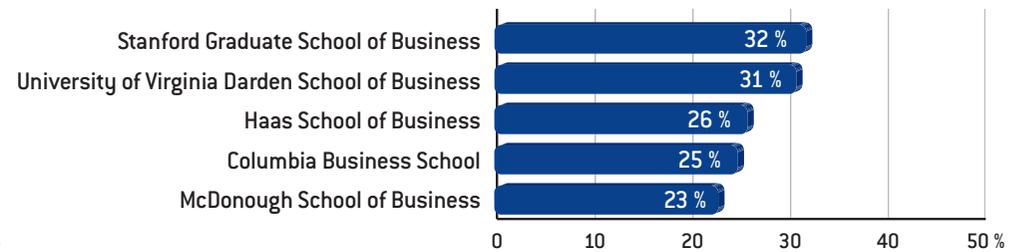
Banking/Financial Service

USA (in Prozent)

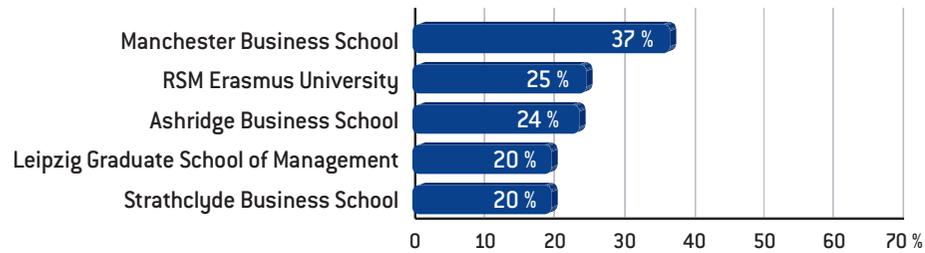


Consulting

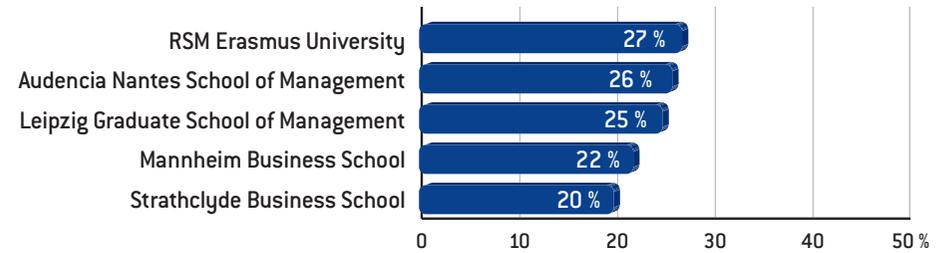
USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)



Europa (in Prozent)



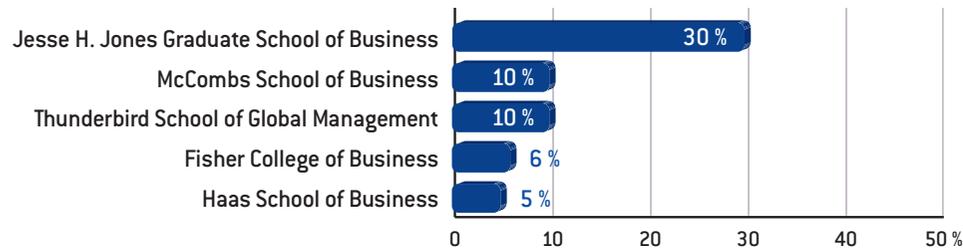
[zurück zum Inhalt](#) ■

Einstiegsbranchen

In welche Branchen steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

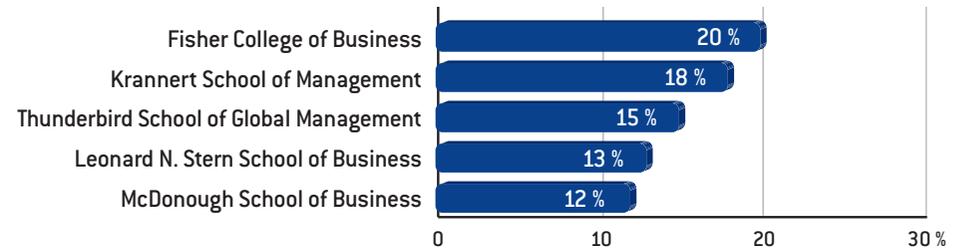
Energy Industry

USA (in Prozent)

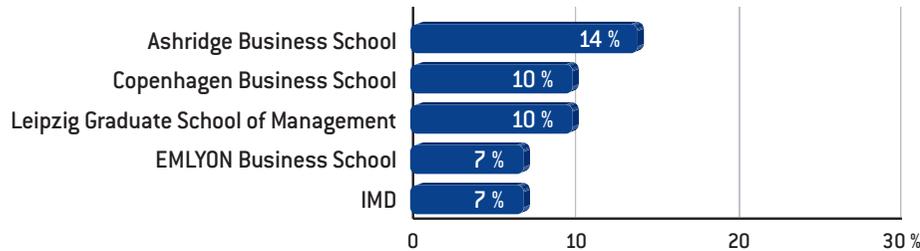


Food and Consumer Goods

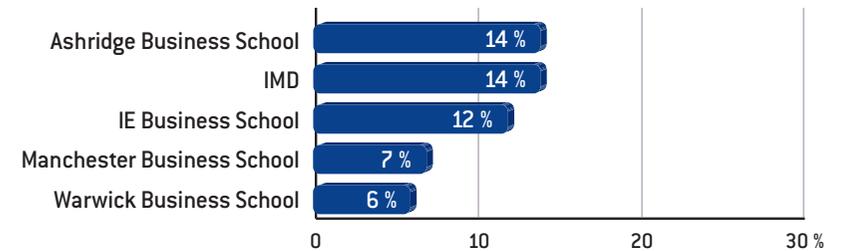
USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)



Europa (in Prozent)



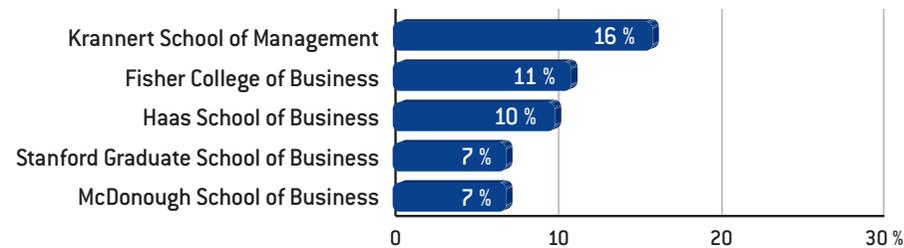
[zurück zum Inhalt](#) ■

Einstiegsbranchen

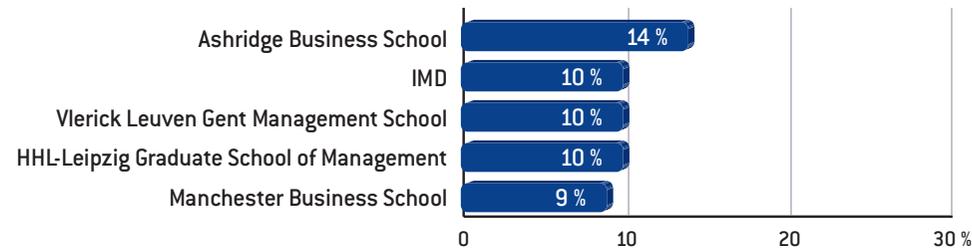
In welche Branchen steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Health Care Industry

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)



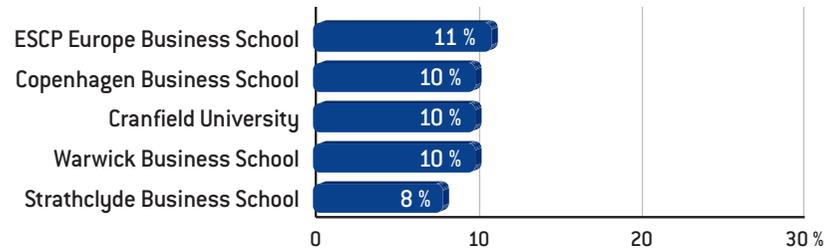
[zurück zum Inhalt](#) ■

Einstiegsbranchen

In welche Branchen steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

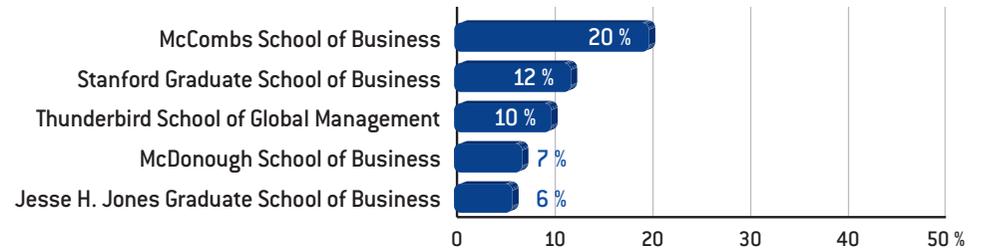
Engineering

Europa (in Prozent)

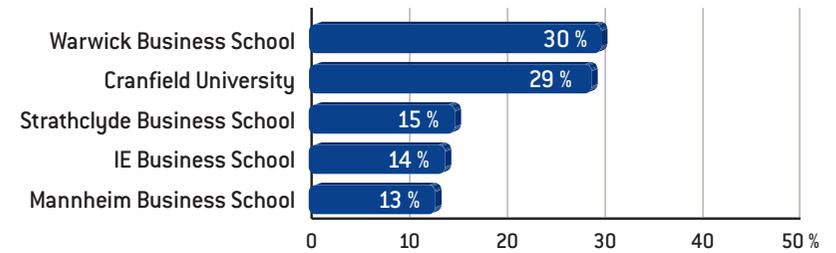


Information Technology

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)



[zurück zum Inhalt](#) ■

In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Gesamtauswertung Einsatzbereiche



Nicht nur die Frage nach der Einstiegsbranche wurde in der staufenberg *MBATrends-Studie 2010/11* gestellt, sondern auch welche Einsatzbereiche die MBA-Absolventen bevorzugten. Besonders beliebte Einsatzbereiche sind Consulting, Marketing, Purchasing, Procurement und Business Development. Mehrfachantworten waren möglich.

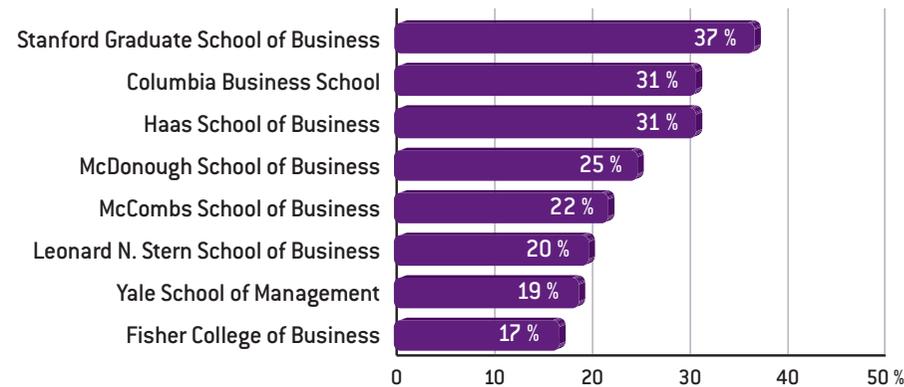


[zurück zum Inhalt](#)

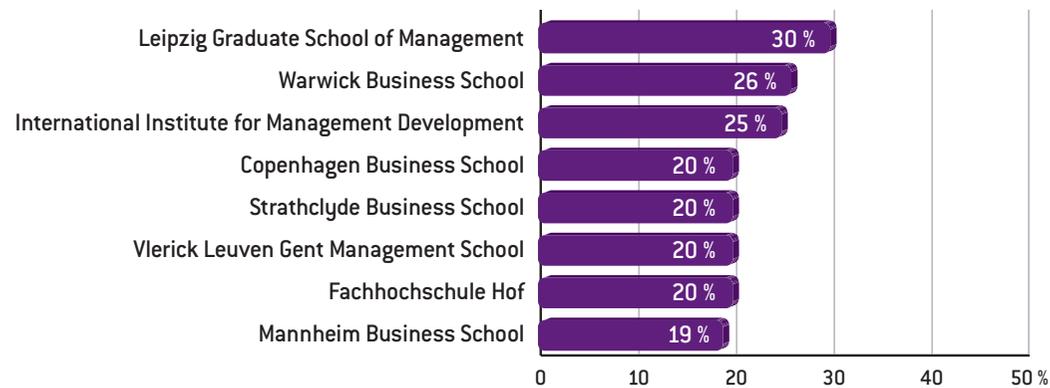
In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Consulting

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)

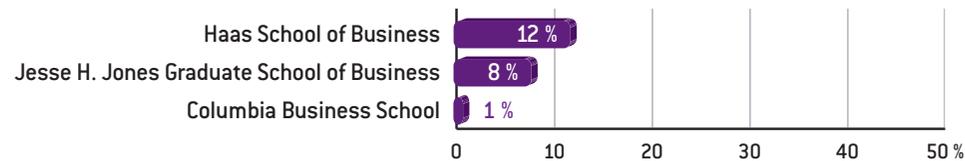


[zurück zum Inhalt](#) ■

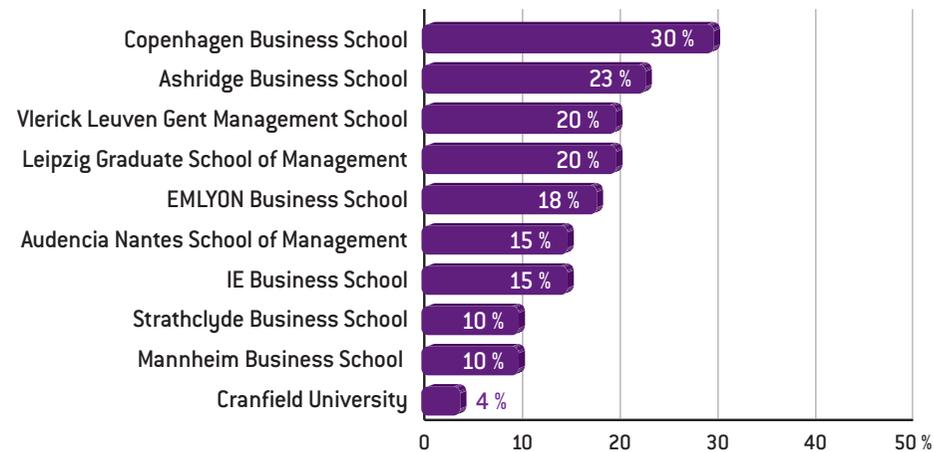
In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Business Development

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)

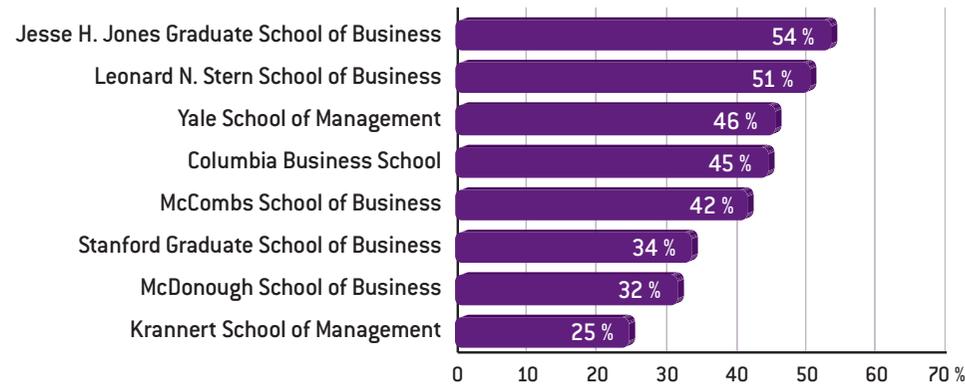


[zurück zum Inhalt](#) ■

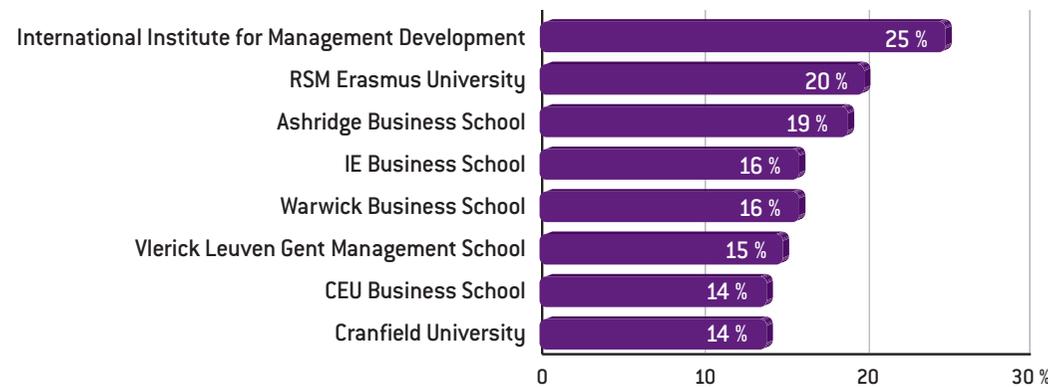
In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Financial Management

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)

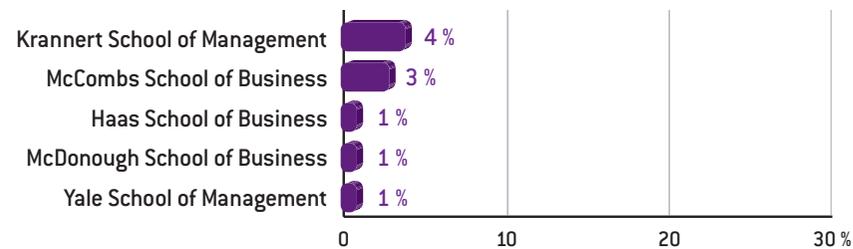


[zurück zum Inhalt](#) ■

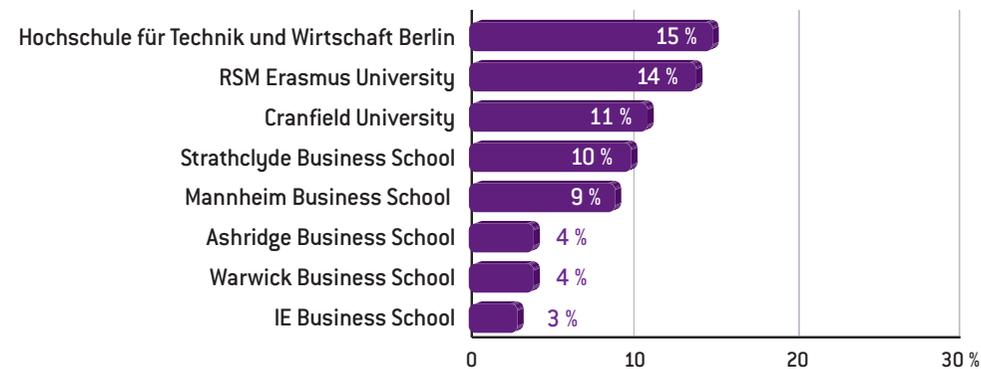
In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

IT Department

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)

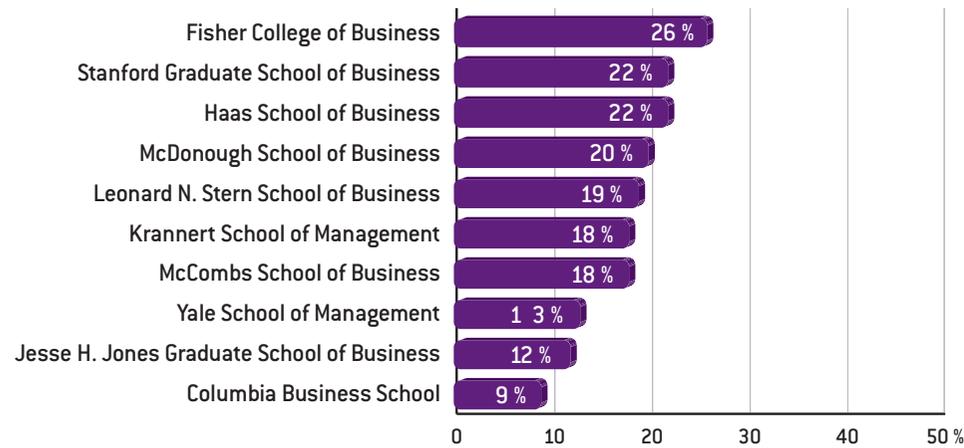


[zurück zum Inhalt](#) ■

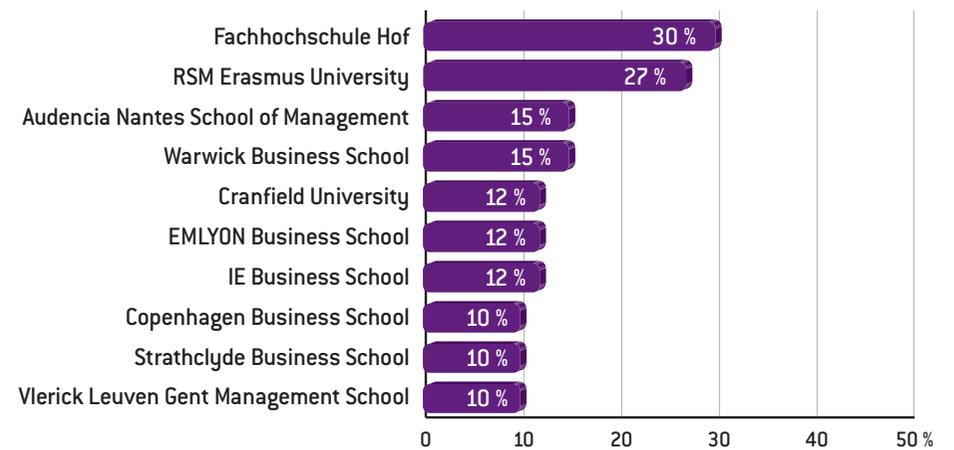
In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Marketing

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)

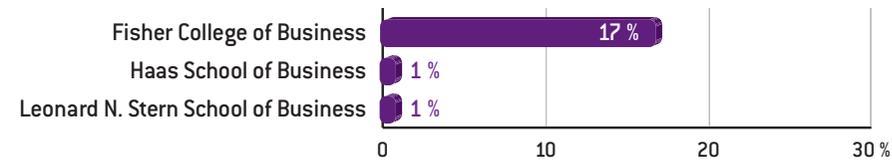


[zurück zum Inhalt](#)

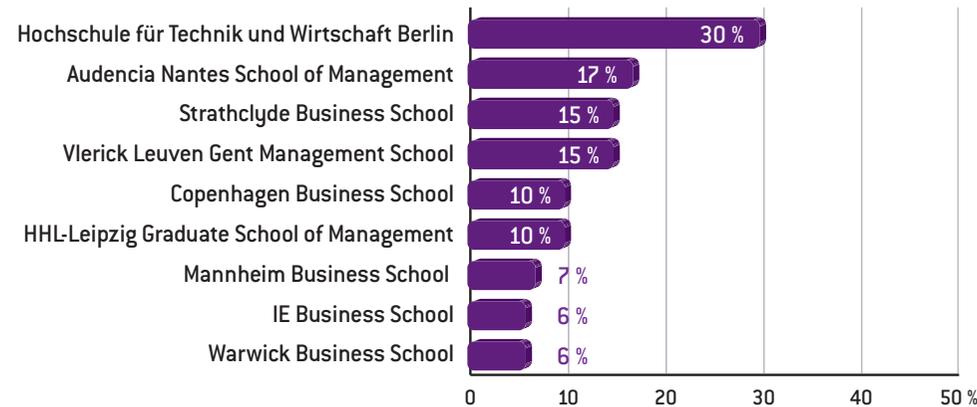
In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Project Management

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)

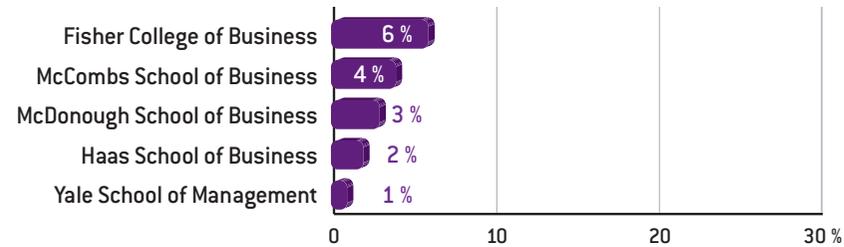


[zurück zum Inhalt](#) ■

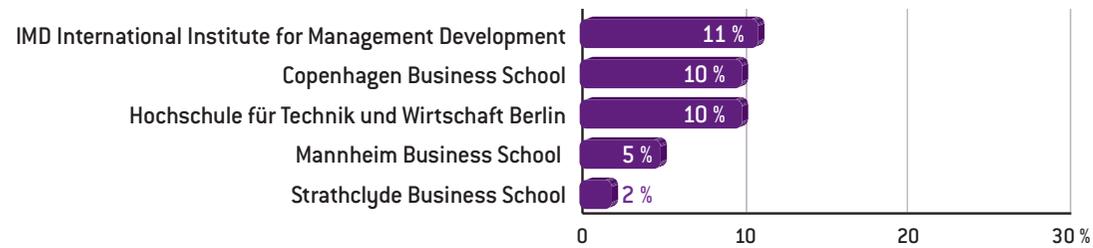
In welche Einsatzbereiche steigen Ihre MBA-Absolventen ein?

Logistik

USA (in Prozent)



Europa (in Prozent)



[zurück zum Inhalt](#) ■

Wie viel verdienen Ihre Absolventen nach dem Abschluss?

Ein MBA wirkt sich positiv auf die Gehaltsentwicklung aus. In der stufenziel *MBATrends-Studie* 2010/11 haben die Schulen angegeben, wie viel ihre Absolventen nach dem Abschluss verdienen. Spitzenreiter in Sachen Gehalt ist die Stanford Graduate School of Business, deren Absolventen mit Bonus auf mehr als 200 000 Dollar kommen. Die Basisgehälter in Europa liegen im Vergleich höher als in den USA. Allerdings werden weniger Boni gezahlt. Zu beachten ist, dass die Gehaltsentwicklung stark von der individuellen Karriere abhängt.

USA (in Dollar)

Schule	Basisgehalt	Gesamt
Stanford Graduate School of Business	118 384	205 373
Haas School of Business	108 428	k. A.
Columbia Business School	106 246	167 712
Tuck School of Business at Dartmouth	105 198	165 000
University of Virginia Darden School of Business	102 903	127 951
Leonard N. Stern School of Business	100 190	157 381
Yale School of Management	98 420	123 110
McCombs School of Business	96 467	119 284
McDonough School of Business	89 408	k. A.
Fisher College of Business	89 156	k. A.
Jesse H. Jones Graduate School of Business	89 068	105 022
Krannert School of Management	86 500	104 677
Thunderbird School of Global Management	86 000	95 000
Durchschnitt	98 182,2	137 051,0

Europa (in Euro)

Schule	Basisgehalt	Gesamt
Ashridge Business School	117 000	k. A.
IMD	103 828	k.A.
International Institute for Management Development		
Audencia Nantes School of Management	103 423	k. A.
RSM Erasmus University	94 110	k. A.
EMLYON Business School	83 793	k. A.
Vlerick Leuven Gent Management School	80 000	97 000
Manchester Business School	68 400	k. A.
Cranfield University	68 300	k. A.
Copenhagen Business School	64 893	73 044
Strathclyde Business School	60 837	73 044
IE Business School	59 500	k. A.
Warwick Business School	59 200	73 000
CEU Business School	25 000	k. A.
Birmingham Business School	k. A.	73 175
Durchschnitt	76 021,8	77 852,6

zurück zum Inhalt ■

Impressum

Redaktion:

Claudia Feuerer, Eva Flick,
Thomas Friedenberger, Julia Heilig,
Heinz Peter Krieger

Redaktionsleitung:

Stefanie Zimmermann

Lektorat:

Birgit Rogge

Leitung Grafik & Produktion:

Simon Pietsch

Satz:

Yvonne Bäumgen

Pressekontakt:

Eva Flick, Telefon: 0221/91 26 63 26
Befragung durch Trendence Institut, Berlin

Herausgeberin:

Birgit Giesen

Herausgegeben von

Staufenbiel Institut GmbH

Postfach 10 35 43, 50475 Köln

Tel.: +49 (0)221/91 26 63 0

Fax: +49 (0)221/91 26 63 9

E-Mail: info@staufenbiel.de

Internet: staufenbiel.de

© 2010 by Staufenbiel Institut GmbH



Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, Aufnahme in Online-Dienste und Internet sowie Vervielfältigung auf Datenträgern wie CD-ROM, DVD-ROM etc. dürfen nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung des Verlages erfolgen. Die einzige Ausnahme ist das Fotokopieren mit Quellenachweis durch Career Services und Hochschulteams, Hochschulmitarbeiter und studentische Vereine zum Zweck der Berufsberatung. Die Inhalte der Artikel geben nicht notwendigerweise die Meinung der Redaktion wieder. Die Informationen in dieser Publikation sind sorgfältig recherchiert und geprüft worden, dennoch kann keinerlei Garantie übernommen werden. Eine Haftung für

Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist ausgeschlossen. Die staufenbiel *MBATrends-Studie* wird von der Staufenbiel Institut GmbH als Teil der Group GTI herausgegeben. GTI ist Europas führender Karriere-Verlag für Nachwuchsakademiker.

Redaktion und Verlag sind stets bemüht, redaktionelle Beiträge daraufhin zu prüfen, dass Formulierungen nicht gegen geltendes Recht, insbesondere gegen das Allgemeine Gleichbehandlungsgesetz, verstoßen. Sollte im Einzelfall eine Formulierung von der Rechtsprechung als diskriminierend bewertet werden, weisen wir bereits jetzt darauf hin, dass wir uns von jeder Art der Diskriminierung distanzieren und dies jedenfalls nicht die Ansicht der Redaktion darstellt. Soweit in redaktionellen Beiträgen ausschließlich oder überwiegend die maskuline Form verwendet wird, erfolgt dies lediglich aus Gründen der Lesbarkeit und stellt in keinem Fall eine Wertung gegenüber weiblichen Personen dar. Entsprechend ist mit dem Gebrauch des Begriffs „Young Professionals“ keine Diskriminierung hinsichtlich des Alters intendiert, sondern es soll lediglich die Gruppe der Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger angesprochen werden. Sofern Sie sich durch Inhalte dieser Publikation benachteiligt fühlen, bitten wir Sie, sich mit unserer Beauftragten für Gleichbehandlung, Frau Nadine Eppmann, nadine.eppmann@staufenbiel.de, in Verbindung zu setzen.