

Stichwort

Was ist eigentlich eine Berufsakademie?

Der Begriff „Berufsakademie“ ist nicht geschützt. Das macht es nicht einfacher, ihn zu erklären. Denn im Prinzip kann jeder eine Akademie gründen, in der er Lernwillige für einen Job qualifiziert oder Berufstätige weiterbildet. Nach welcher Methode er dabei verfährt, was, wann und wie lange Studenten seiner Akademie lernen – all das kann er selbst festlegen. Und welche Qualifikation er dafür mitbringt, auch. So gibt es am Bildungs- und Weiterbildungsmarkt zahllose Angebote, die sich mal mehr, mal weniger voneinander unterscheiden und die eines gemeinsam haben: Ihre Abschlüsse sind nicht staatlich anerkannt.

Wie soll der Bildungshunger da erkennen, ob er es mit einem seriösen Anbieter zu tun hat? Das Bundesinstitut für Bildung hat eine Checkliste zur Qualität beruflicher Weiterbildung erstellt, die weiterhilft. (Kostenloser Download unter www.bibb.de) Wichtiger ist es aber, sich umzuhören. Dabei wird man feststellen, dass es Einrichtungen gibt, die sich schon seit Jahrzehnten am Markt behaupten. Und deren Diplome von der Wirtschaft ernstgenommen werden. Neben dem freien Markt hat sich seit den 1970er Jahren eine staatliche beziehungsweise staatlich anerkannte Variante der Berufsakademien entwickelt – nach dem Vorbild der baden-württembergischen Berufsakademien, die 2009 in der Dualen Hochschule Baden-Württemberg aufgegangen sind. Diese sind neben Unis und Fachhochschulen – zumindest in einigen Bundesländern – das dritte offizielle Standbein im sogenannten tertiären Bereich des Bildungssystems. Das heißt, sie bilden nicht weiter, sondern sie bilden aus – und zwar im dualen Studiensystem (siehe vorherige Seite). Am Ende steht ein Bachelor-Abschluss, der entweder als „staatliche Bezeichnung“ vergeben wird oder aber – und nur dieser ist dem Uni- oder FH-Bachelor gleichzusetzen – als akademischer Grad.

Auf Initiative von Unternehmen und Verbänden gegründet, sollen diese Akademien das Bedürfnis der Wirtschaft nach Fachkräften stillen. Staatliche Berufsakademien gibt es in Berlin, Baden-Württemberg, Sachsen und Thüringen. Hamburg, Hessen, Niedersachsen, Schleswig-Holstein und das Saarland haben staatlich anerkannte Berufsakademien in privater Trägerschaft.

„Durchlauferhitzer für fachliches Know-how“

Nase im Wind: Die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing steht für den Transfer zwischen Ausbildung und Berufspraxis

Von Jutta Göricke

Das ist einer dieser Härtefälle: Es ist Freitagmittag, gleich wird das Seminar anfangen – und eine halbe Stunde später beginnt das wichtige Spiel Deutschland-Serbien. Was tun? Den inneren Schweinehund überwinden wie so oft in den letzten Monaten, als die Freunde in die Berge gingen, als der Neffe seinen fünften Geburtstag feierte, als man nach einer Woche Arbeitsstress das dringende Bedürfnis verspürte, einfach mal abzuhängen?

Menschen, die sich für eine berufliche Weiterbildung neben der Arbeit entscheiden, müssen zäh sein. Stefan Holtkötter, 41, ist zäh. Er arbeitet freiberuflich als Berater von Verlagen. Holtkötter, seit 15 Jahren in der Medienbranche unterwegs, hat sich vorgenommen, seine praktische Erfahrung theoretisch zu vertiefen und ihr eine evaluierbare Form zu verpassen, die sich in seinem Lebenslauf gut macht. Er wird Marketingwirt.

Die Schule seiner Wahl ist die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW). Gleich neben dem Münchner Ostbahnhof in einem modernen Gebäude mit viel Glas und Grün untergebracht, bildet die BAW Fachkräfte aus der Branche weiter. Die „Kaderschmiede der Kommunikations- und Medienbranche“,

Interdisziplinär und ganz nah dran: Die Studenten lernen an Fallstudien

so der Anspruch der Schule, wurde bereits in der Nachkriegszeit von Unternehmen wie dem Süddeutschen Verlag und dem Kommunikationsverband Bayern, heute CommClubs Bayern, gegründet. Die Wirtschaft sah sich mit ihren Anforderungen an die Qualifizierung von Fach- und Führungskräften vom staatlichen Bildungssystem nicht gut genug bedient und machte sich daran, Lücken zu stopfen.

Folgt man Akademie-Direktor Matthias Lung, springt die BAW noch heute in die Bresche, wenn es darum geht, berufspraktische Fragestellungen mit „hochschuladäquater Wissensvermittlung“ zu verzahnen. Dabei gelte es, viele interdisziplinäre Aspekte – wirtschaftliche, rechtliche, ökologische, technologische – zu integrieren. Erarbeitet würden neue Erkenntnisse anhand von Fallstudien aus der Praxis. „So viel Theorie wie nötig, so viel Praxis wie möglich“, lautet Lungs Credo. „Wir sind Durchlauferhitzer für fachliches Know-how“, sagt er und will sich damit von den Fachhochschulen abheben, die sich von der Praxis entfremten und „immer mehr zur Uni werden wollen“. Man könne sehr schnell auf Veränderungen in der Berufspraxis reagieren. Gleich-



Volles Haus in der Münchner BAW: Seit 1949 werden hier Fachkräfte weitergebildet.

Foto: Vesselina Marinova/oh

wohl betont er, dass sein Studienleiter-team wissenschaftlich vernetzt sei und jederzeit Zugang zu neuen Forschungsergebnissen habe. Die BAW bietet sechs berufsbegleitende Studiengänge an: Mehr als 400 Studenten, im Schnitt 26 Jahre alt, werden zurzeit an den Standorten München und Nürnberg zum Kommunikationswirt, Marketingwirt, Dialogmarketing-Fachwirt, Werbefachwirt, Sales-Fachwirt

oder Medienmarketing-Fachwirt weitergebildet. Je nach Studiengang dauert das Programm zwischen acht und 14 Monaten – einzelne mehrwöchige Lehrgänge wie der zum „Social Media Manager“ ausgenommen. Voraussetzung ist das Fachabitur; es werden aber Ausnahmen gemacht. Die Studenten absolvieren ihr Lernpensum im Tagesstudium, abends oder am Wochenende. Die Gebühren betragen zwischen 4600 und 8150 Euro.

gramm, das ähnlich wie das duale Studium an staatlichen Berufsakademien und Fachhochschulen organisiert ist, erwerben nach einem Jahr den „Fachwirt BAW“ und dann, im zweiten und dritten Studienjahr an der staatlich anerkannten Steinbeis-Hochschule Berlin, den akademischen Grad des „Bachelor of Business Administration (Marketing and Communication)“. (Gesamtkosten zwischen 14 900 und 19 500 Euro)

Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW)

Ein Pionier in der Weiterbildungsarbeit für Berufstätige ist die private Bayerische Akademie für Werbung und Marketing e.V. (BAW) mit ihren Standorten München und Nürnberg (www.baw-online.de). 1949 wurde sie von Unternehmen der Werbebranche ins Leben gerufen. Seither haben hier mehr als 25 000 Studenten berufsbegleitend, etwa abends oder an den Wochenenden, Ausbildungen absolviert. Im Angebot sind sechs Studiengänge

vom Sales- bis zum Kommunikations-Fachwirt. Interessenten sollten mindestens das Fachabitur haben, Ausnahmeregelungen sind möglich. Je nach Fach dauert das Studium zwischen acht und 14 Monaten. 25 bis 35 Wochenenden muss ein Student dafür einplanen. Die Kosten belaufen sich auf 4600 bis 8150 Euro. Der Studienabschluss nennt sich „Fachwirt BAW“ und ist nicht staatlich anerkannt. Teilnehmer am „Work & Study“-Pro-

Advertisement for IHK-Akademie München - Westerham. It lists various courses such as 'Praxisstudium mit IHK-Prüfung' for different professions like Betriebswirt, Bilanzbuchhalter, Controller, Industriemeister, and offers 'Praxistraining mit IHK-Zertifikat' for Exportmanager, Energiemanager, etc. Contact information and website are provided.

Advertisement for Akademie Handel. It features a woman's face and text: 'NÄHER AM MÖGLICHEN'. It offers 'Geprüfte/-r Handelsfachwirt/-in' and 'Geprüfte/-r Bilanzbuchhalter/-in' with details on exam dates and contact info.

Advertisement for 'REIF FÜR DEN NÄCHSTEN SCHRITT?' featuring an image of an egg and text about postgraduate and Fernstudium options.

Advertisement for ZFUW (Technische Universität Kaiserslautern). It promotes 'postgradual Fernstudium' and 'Jetzt anmelden. Im Oktober starten!'. It lists various programs and contact information.

Advertisement for FOM Hochschule für Oekonomie & Management. It offers 'Master-Studium neben dem Beruf' and 'Graduate School' programs. It lists various locations and dates for info events.

Advertisement for Kosmetik Norkauer and Scharf auf Design. Kosmetik Norkauer is a state school for cosmetology. Scharf auf Design is an IFOG-Akademie offering design courses.

Advertisement for 'Erfolg durch Weiterbildung' featuring a woman in a business suit. It promotes a 'Das neue Kursprogramm 2010/2011 ist für Sie da!' and lists contact information for the program.

Advertisement for Münchner Schulstiftung. It lists various educational institutions and programs: Obermenzinger Gymnasium, Privatgymnasium Dr. Überreiter, Jan-Amos-Comenius-Kinderhaus, and Kurpfalz Internat. It emphasizes individual support and quality education.