

01.06.2008

Management + Karriere

Studenten auf dem Luxustrip

In Monaco leben und feiern die Reichen und Schönen. Kein Wunder, dass an der dortigen Universität das Thema Luxus ganz besonders im Fokus steht. Ergebnis - eine Luxus-Modemarke. Aber auch in Italien setzen Studierende auf besonders Feines: Pasta und Prosecco.

Ein Studium sollte auch praktisch sein: Und wo Luxus, Exklusivität und Glamour das Tagesgeschehen prägen, enden viele Gedankengänge kreativer Studenten bei "Wie kann man damit Geld verdienen?". John Mclean, Absolvent der International University of Monaco (IUM) beantwortete diese Frage für sich ganz exklusiv: mit einem eigenen Modelabel, das den eleganten Lebensstil des Fürstentums Monaco wiedergibt. Nach fast drei Jahren Planung startete der Schotte sein Unternehmen im vergangenen Jahr. Zum Großen Preis von Monaco präsentierte er kürzlich seine erste Kollektion von sehr exklusiven Damentaschen unter dem Namen Mont Charles de Monaco.

Guter Ruf der Schule lockte

Mclean, der 2006 sein Studium an der IUM begann, setzte für seine Ausbildung vor allem auf den guten Ruf der Hochschule im Bereich Luxusgüter und Dienstleistungen, wo er den auf Luxusbranding spezialisierten MBA belegte.

"Die International University of Monaco war ein ideales Umfeld für die Entwicklung meiner Idee für die Modemarke. Obwohl ich über umfangreiche Marketingkenntnisse verfügte, hielt ich es für wichtig, mein Wissen in Bereichen wie Finanz- und Rechnungswesen zu vertiefen", so Mclean.

Nun plant der Firmengründer, seine Marke weltweit auszubauen, eine Damen- und Herrenmodelinie zu entwerfen, dazu Schuhe, Uhren, Brillen und Parfüms. Absolventen der IUM will er in den nächsten Jahren gern bei sich einstellen. Außerdem bietet Mclean Praktika für Studenten, die ihre Kenntnisse im Luxussektor vertiefen wollen.

Auch die SDA Bocconi in Mailand will demnächst in Sachen Luxus punkten - allerdings eher kulinarisch: mit einer Verbindung aus italienischer Spitzengastronomie und anspruchsvoller Managerausbildung. Die Business-Schule entwickelte einen Master-Studiengang in Fine Food & Beverage. Der erste Durchgang startet im Januar 2009 und soll Studenten zu Spitzenmanagern in Handel, Finanzen und Marketing der internationalen Feinkost-Branche ausbilden.

"Um in diesem Bereich zu arbeiten, reicht eine allgemeine Managerausbildung nicht aus", so Giorgio Lazzaron, Co-Leiter des Studiengangs. "Es wird eine solide Basis an Hintergrundinformationen zu kulinarischen Traditionen und ein wirkliches Interesse an sogenannten 'feinen' Lebensmitteln benötigt. Die weltweit gestiegene Nachfrage nach hochwertigen und exklusiven Lebensmitteln, macht diese Spezialisierung in der Management-Ausbildung erforderlich."

Starke Partner, experimentierfreudige Studenten

Für die Ausbildung der Feinkost-Manager hat sich die SDA Bocconi einen Partner gesucht: die ALMA, die "internationalen Schule der italienischen Küche" der italienischen Universität für Gastronomiewissenschaften. Unterstützung bieten auch Firmen der Branche.

Die künftigen Feinkost-Studenten sollten einen experimentierfreudigen Gaumen mitbringen. Neben Vorlesungen, Gruppenarbeiten und Fallstudien stehen auch Geschmackserfahrungen auf dem Programm: Präsentationen und Verkostungen bei Erzeugern vor Ort, Kontakt mit international renommierten Köchen, Besuche der kulinarischen Hochburgen Italiens und wichtiger Unternehmen. Eine Woche lang können sich die Studenten auch mal als Kochlehrlinge unter Drei-Sterne-Koch Gualtiero Marchesi, in die Geheimnisse der "Alta Cucina" einführen lassen.

Weitere Informationen:

www.monaco.edu
www.sdbocconi.it/mffb