

Bachelor als Start für die Medienmacher von morgen

Die Hamburg School of Business Administration (HSBA) bildet ab Herbst angehende Manager für Verlage, Filmfirmen und Agenturen aus

VON CORNELIS RATTMANN

Im Wettbewerb um die besten Talente kann der Medienstandort Hamburg einen weiteren Etappensieg verbuchen: Im Oktober startet an der neuen, von der Wirtschaft der Hansestadt getragenen Hamburg School of Business Administration (HSBA) der Studiengang Media Management. Dieser führt in drei Jahren zum staatlich anerkannten Bachelor of Arts (B.A.). Damit wird das vorhandene Angebot an Master-Studiengängen für Medienmanager, etwa an der Hamburg Media School (HMS), um eine praxisbezogene Basisausbildung ergänzt.

Noch laufen am City Campus der HSBA, der seinen Sitz am Alten Wall hat, die Vorbereitungen. „Im Mai beginnen die Berufungsverhandlungen für unsere erste Professur“, sagt Bernd Glodek, Geschäftsführer der HSBA. Als weitere Dozenten sind Führungskräfte aus der Medienwirtschaft und Lehrer anderer Hochschulen vorgesehen – zum Beispiel HWWA-Präsident Thomas Straubhaar oder der Medienanwalt Stefan Engels.

„Im ersten Jahr planen wir mit 20 bis 25 Studenten“, sagt Glodek. Die Zahl der Plätze soll künftig weiter ausgebaut werden. Wer an der HSBA studieren möchte, muß die allgemeine Hochschulreife besitzen. In Deutsch und Mathe eine

gute Abiturnote vorweisen und den English-Test TOEFL mit überdurchschnittlichem Ergebnis absolviert haben – schließlich sollen 20 Prozent der Lehrveranstaltungen in Englisch abgehalten werden.

Auf die Teilnehmer wartet ein anspruchsvolles Curriculum: Neben betriebswirtschaftlichen Grundlagen erwerben die Studenten Spezialkenntnisse, die auf die Arbeit in Medienfirmen vorbereiten. Sie lernen die Teilgattungen von Print bis Online kennen, werden in Fächern wie Medienmanagement, Medienrecht, Mediaplanung oder Public Relations unterwiesen. Ebenfalls auf dem Lehrplan stehen Kurse, in denen Rhetorik, Moderation, Präsentationstechniken und Arbeiten im Team gelehrt werden. „Das Programm ist anspruchsvoll, da wird ein Zwölf-Stunden-Tag keine Seltenheit sein“, meint Glodek.

„Ziel ist es, die Studenten cross-medial auszubilden“, erklärt Karin Rose, Referentin für den Studiengang an der HSBA. Das heißt: Studenten, die aus einer Werbeagentur kommen, müssen lernen, was eine Druckvorstufe ist; angehenden Führungskräfte eines Buchverlages wird die Finanzierung von Filmen erläutert. „Wir wollen nicht einfach Spezialisten für die verschiedenen Teilgattungen ausbilden, sondern das Denken in unterschiedlichen Medien ermöglichen.“

Rose empfiehlt das betriebswirtschaftlich orientierte Studium durchaus auch Kreativen als Grundausbildung – zum Beispiel angehenden Journalisten: „Die müssen sich in verantwortlichen Funktionen auch mit Medienrecht oder Budgetfragen auseinandersetzen und tun gut daran, zu wissen, wie ein Controller oder ein Marketing-Verantwortlicher denkt.“

Wovon andere Hochschulen reden, wird an der HSBA gelebt: die Verbindung von praktischer und theoretischer Ausbildung. „Wir bieten ein duales Studium an“, sagt Glodek. „Das heißt: Neben der Ausbildung an der Hochschule, die 20 Wochen im Jahr umfaßt, steht die Arbeit in einem Unternehmen, mit dem der Student einen Vertrag abgeschlossen hat.“ Dort sammelt der Student Erfahrungen, die ihm ein rein wissenschaftliches Studium kaum bieten kann.

Derzeit kooperiert die HSBA mit zehn Firmen aus der Medienwirtschaft, bei denen sich Interessenten nach dem Abi bewerben können. Unter anderem wollen Studio Hamburg, Warner Music, Edel Music, die Scholz & Friends-Tochter Deep Blue Network, die Druckerei Kröger und die Mediaagentur Carat Nachwuchskräfte an der HSBA ausbilden lassen. Mit den großen

Verlagshäusern der Hansestadt würden die Verhandlungen noch laufen, so Glodek.

Die Verbindung zu den Firmen hat für die Studenten einen weiteren Vorteil: Studiengebühren, wie sie demnächst an anderen Hochschulen fällig werden, entfallen. Bis auf einen Eigenanteil von 40 bis 60 Euro im Monat werden die Studienkosten von den Unternehmen getragen. Die Studenten verdienen sogar noch Geld: Ihr Betrieb zahlt ihnen eine monatlich Vergütung von rund 500 Euro.

In dieser Form ist das duale Studium ein bundesweit einmaliges Modell. In seiner Vorform, der Ausbildung zum Medienbetriebswirt an der Hamburger Wirtschaftsakademie, hat es auch schon Studenten aus Süddeutschland nach Hamburg gezogen. Dieser Studiengang war im Jahre 2000 hinein in die honormedien Internet-Wirtschaft ge-

startet, erklärt Karin Rose. Damals wurden in den Medienfirmen händelndem Leuten mit wirtschaftlichem Know-how gesucht. „Die New Economy-Blase zerplatze dann ja nicht zuletzt deshalb, weil es an solchen Leuten fehlte.“

Die Berufsaussichten beurteilen die HSBA-Verantwortlichen positiv: „Die demographische Entwicklung und die steigenden Anforderungen der komplexen Medienwirtschaft wird den Bedarf an jungen, gut ausgebildeten Leuten bald deutlich machen“, sagt Glodek.

Wer den Studiengang Medien Management kennen lernen möchte, hat dazu morgen Gelegenheit: Auf dem City Campus am Alten Wall 38 findet von 10 bis 16 Uhr ein Tag der offenen Tür statt. Weitere Informationen, auch über Kooperationsbetriebe, sind im Internet unter www.hsba.de oder unter Tel. 36 13 87 11 erhältlich.



Bernd Glodek, Geschäftsführer der Hamburg School of Business Administration (HSBA), und Karin Rose, verantwortliche Referentin für den Studiengang Media Management, auf dem Dach des City Campus der HSBA, der in der Nähe des Rathauses liegt

FOTO:
BERTOLD FABRICIUS