

Themenspecial: Medienstandort Hamburg



Online-Umfrage:
Zukunft des
Medienstandorts
Hamburg
ungewiss?
[mehr]



'Heute wissen wir, es war strategisch die einzig richtige Entscheidung, keinen Börsengang zu realisieren!' ...
[mehr]



medienhandbuch.de
Portal für Medien, IT, Kommunikation und Kultur



Bildung

Branchenbuch

Medienrecht

News-Abo

Newsticker

08.03.2005 12:00 Uhr
Neue Partner im Netz: FriendScout24 und RTL.de / Am 1. April startet co-brandiertes Dating-Angebot unter www.RTLsingles.de

08.03.2005 12:00 Uhr
Hart aber fair, Dittsche, Damals in der DDR – Drei Adolf Grimme Preise für den WDR - Publikumspreis der „Marler Gruppe“ für „Zeit der Wünsche“

08.03.2005 11:55 Uhr
So wird geprüft / Wer die Abläufe kennt, kann auf Betriebsprüfungen angemessen reagieren

[alle Meldungen](#)

Volltextsuche

Suchen Sie hier nach **Presse-Mitteilungen** oder **Adress-Einträgen**.

- in den Adressen
 im PR-Channel

aktuelles Topbuch

Hollywood führt Krieg
für € 19,80



[Mehr Bücher finden Sie hier.](#)

PR-Channel

[Startseite](#) | [Themenspecial](#) | [Agenturen](#) | [Unternehmen](#) | [Film und Funk](#) | [Medien](#) | [Meinung](#) | [Archiv](#) | [Distribution](#) | [Meinungsbeobachtung](#)

Ausbildung: Die Medienprofis von morgen! – Media Management Studium an der Hamburg School of Business Administration

08.03.2005 08:00:00 Uhr



Ein Artikel von medienhandbuch.de-Gastautorin Karin Rose:

Hamburg hat eine lebendige Medienszene, die sich sowohl durch Tradition als auch Innovation, einer sehr guten Infrastruktur, gutem Networking, moderner technischer Ausstattung und vor allem durch hervorragenden Medienschaffenden auszeichnet. Insgesamt

erwirtschaften rund 70.000 Beschäftige in 12.054 Medienunternehmen einen Umsatz von rund 25 Milliarden Euro.

So weit zu den nüchternen Zahlen. Einen Eindruck von der Dynamik und dem kreativen Potential in der Stadt erhält man, wenn man die Erfolgsstories von New Comern verfolgt, so zum Beispiel der Musikband "Juli", die den Bundesvision Song Contest 2005 gewonnen hat und schon Doppelplatin in der Hand hält oder von Fatih Akin, dessen Film "Gegen die Wand" den Goya-Preis für den besten europäischen Film verliehen bekommen hat. Faszinierend ist auch die Entwicklung der Trickfilmcompany, die unter anderem "Werner", "Das kleine Arschloch", "Käpt'n Blaubär" und "Derrick" zu Kinostars machte. Und weiterer Nachwuchs ist in den Startlöchern: Im vergangenen Jahr gewannen drei Filme der Hamburger Animation School Preise des Animation Awards. Einen fulminanten Start legte auch die Newcomer-Agentur Kemper Trautmann hin. Nur zwei



Monate nach ihrer Gründung gewann die Agentur mit neun Mitarbeitern mit Media Markt einen der größten deutschen Werbekunden.

Solche Beispiele für Erfolge von Newcomern haben in Hamburg Tradition, stellvertretend sei da nur die Gründung des Spiegel durch Rudolf Augstein genannt.

Exzellente Mitarbeiter sind das Fundament des Erfolges

Bei den Unternehmen der Medienbranche, die seit vielen Jahren im Geschäft sind, hat sich während der Turbulenzen der New Economy und der konjunkturellen Krise in den letzten Jahren gezeigt, dass vor allem diejenigen erfolgreich sind, die über exzellente Mitarbeiter verfügen. Als entscheidend hat sich eine gute Balance aus Unternehmergeist, innovativen Strategien, betriebswirtschaftlichen Know-how, Kreativität, kaufmännisch klugem Verhalten, Internationalität und einer hohen Lernfähigkeit erwiesen.

Dass sich in Hamburg niemand leisten kann, in Selbstgefälligkeit zu verfallen, wird besonders deutlich, wenn man die Entwicklungen in Asien und bei unseren osteuropäischen Nachbarn beobachtet. Die Dynamik in den Ländern stellt die Medienschaffenden vor ganz neue Herausforderungen, wenn es zum Beispiel um die Entwicklung von Geschäftsmodellen und internationale Koordination geht. So entsteht zum Beispiel ein Großteil der Zeichnungen für Trickfilme in Asien und werden von Hamburger Werbeagenturen entwickelte Direct Mailings in China gedruckt. Und die 30 Spielfilme, die in den Ländern der nun erweiterten Europäischen Union produziert wurden und während der Europäischen Filmwoche in Budapest gezeigt werden, vermitteln einen Eindruck von neuen Möglichkeiten internationaler Kooperation.

Die wichtigste Basis, um auch in Zukunft unter herausfordernden Rahmenbedingungen erfolgreich sein zu können, sind Mitarbeiter mit einer fundierten betriebswirtschaftlichen Ausbildung, die unternehmerisch denken und handeln, Konzepte für neue Geschäftsmodelle entwickeln, stetige Qualitätsverbesserung sichern, Prozessabläufe effizient gestalten, pragmatisch handeln und international ausgerichtet sind.

Solche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fallen allerdings nicht von Himmel, sondern müssen entdeckt, qualifiziert und gefördert werden. Vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung ist es für Unternehmen zudem von existenzieller Bedeutung, exzellente Nachwuchskräfte frühzeitig an sich zu binden und ihnen Entwicklungsmöglichkeit zu bieten.

**Studiengang
Media
Management
an der
Hamburg
School of Business Administration (HSBA)**



HAMBURG SCHOOL OF BUSINESS ADMINISTRATION

Um die Medienunternehmen genau dabei zu unterstützen, sind in Hamburg nun exzellente Voraussetzungen geschaffen worden und zwar im Jahre 2003 mit der Gründung der Hamburg Media School, die einen Medien-MBA anbietet und 2004 mit

der Gründung der Hamburg School of Business Administration (HSBA), die zum 1. Oktober 2005 ihr Angebot um den dualen Studiengang Media Management ergänzt.

Die HSBA ist Deutschlands erste rein private Hochschule mit staatlicher Anerkennung und vollständig dualen Bachelor-Studiengängen, die sich unter der Federführung der Handelskammer Hamburg allein durch Studiengebühren finanziert. Der akkreditierte Studiengang der HSBA berücksichtigt die Strukturvorgaben der Kultusministerkonferenz für Bachelor- und Masterstudiengänge im Rahmen des Bologna-Prozesses.

Mit dem neuen dualen Studiengang Media Management bietet die HSBA ein praxisorientiertes, international ausgerichtetes betriebswirtschaftliches Studium, das auf die besonderen Anforderungen in Medienunternehmen zugeschnitten ist. Das Studium dauert 3 Jahre, wobei es dem dualen Charakter des Studiums entspricht, dass sich Praxis- und Theoriephasen abwechseln.

Formale Zulassungsvoraussetzungen für ein Studium an der HSBA sind eine in Hamburg anerkannte Hochschulreife und der Abschluss eines Studienvertrages mit einem beteiligten Unternehmen. Die Bewerber müssen im Bewerbungszeugnis in den Fächern Deutsch und Mathematik gute Noten nachweisen und spätestens zur Immatrikulation einen Nachweis über gute Englischkenntnisse (TOEFL) erbringen.

1.700 Stunden in 11 Bereichen warten auf die Studenten

Das Studienangebot an der HSBA umfasst rund 1.700 Stunden und besteht aus den Modulen: Business & Media Management, Accounting & Taxation, Business Environment, Mathematics & Statistics, Information Technology, Law, Methodology, Foreign Languages, Communication, Corporate Media Management und Elective Courses. Medienspezifische Inhalte werden vor allem in den Teilmodulen Media Management, Medienmärkte, Mediaplanung, Medienrecht, Medienkonzeption, Informationstechnologie und Projektmanagement vermittelt. Durch die Teilmodule Print, AV, Ton und Online wird bei den Studierenden die Basis für ein crossmediales Verständnis im Media Management gelegt. Die Wahl der Vertiefungsrichtung im dritten Studienjahr stellt sicher, dass die Studierenden über Handlungskompetenzen in einer Mediengattung verfügen. Während des gesamten Studiums liegt der Focus neben der Vermittlung vom betriebswirtschaftlichen Know-how auf der Entwicklung von Methoden- und Sozialkompetenz. Die Projektarbeit und die Bachelor-Arbeit im dritten Jahr bieten ausgezeichnete Möglichkeiten, sich inhaltlich mit dem zukünftigen Berufsfeld auseinander zu setzen und Ansätze für Geschäftsmodelle zu entwickeln, in denen die Studierenden nach Abschluss des Studiums Verantwortung übernehmen.



Die Studierenden eines Jahrgangs lernen in der Regel in Studiengruppen

mit etwa 25 Teilnehmern. Dies macht es möglich, dass die Veranstaltungen Seminarcharakter aufweisen. Sprachunterricht und Kommunikationsseminare werden in Gruppen von maximal 16 Studierenden veranstaltet.

Betriebliche Praxis ist Trumpf

Der betriebliche Teil der Ausbildung wird in dem Unternehmen absolviert, mit dem ein Studienvertrag geschlossen wurde. Den Betrieben ist dabei individuell die Möglichkeit gegeben, Größe, Branche und Leistungsspektrum so zu berücksichtigen, dass spezielle Fachkenntnisse in dem jeweiligen Medienbereich vermittelt werden können. Sie orientieren sich dabei vor allem an den von der HSBA zur Verfügung gestellten Modulbeschreibungen.

Durch den dualen Aufbau des Studiums sind die Studierenden in betriebliche Abläufe integriert und lernen sie, sich im beruflichen Umfeld zu bewegen. Sie lernen das Unternehmen von der Pike auf kennen und erhalten flankierend eine niveauvolle und international ausgerichtete theoretische Ausbildung, die sie für anspruchsvolle Aufgaben nach dem Studium qualifiziert.

Die beteiligten Firmen sichern durch die Ausbildung und Förderung ihrer Nachwuchskräfte den Zukunftserfolg ihrer Unternehmen und damit den des Medienstandorts Hamburg.

Links zum Thema:

[Homepage der Hamburg School of Business Administration](#)

Kontakt / Quelle

HAMBURG SCHOOL OF BUSINESS
ADMINISTRATION
Alter Wall 38
20457 Hamburg
Telefon: 040 – 36138 – 715
E-Mail: karin.rose@hk24.de

[zurück](#)

[Dieses Angebot empfehlen](#)