



DAS „WORK & STUDY“-PROGRAMM DER BAW



# Arbeiten oder studieren? Beides!

**Hoch motivierte, leistungsstarke Mitarbeiter  
wünscht sich jedes Unternehmen.  
Die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing  
bildet solche Traumkandidaten aus**

**A**rbeiten oder studieren? Auf diese Frage kennt Dr. Matthias Lung nur eine Antwort: „Arbeiten und studieren! Die duale Ausbildung ist der Weg der Zukunft.“

Lung ist Direktor der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) in München. Die Akademie gilt als Kaderschmiede für Ausbildungsberufe in PR, Marketing, Kommunikation, Sales und Medien. Der Bezug zur Praxis steht dabei an erster Stelle. Seit diesem Jahr gibt es ein neues Ausbildungskonzept: das duale „Work & Study“-Programm.



Dr. Matthias Lung

„Es richtet sich an leistungswillige und leistungsfähige Abiturienten und Fachabiturienten. An Einsteiger, Umsteiger aber auch Aufsteiger“, beschreibt Lung die Zielgruppe. In den ersten zehn bis 24 Monaten der berufsbegleitenden Ausbildung absolvieren die Teilnehmer an den Wochenenden oder abends ein Studium an der BAW. Darauf aufbauend erfolgt

ein Bachelor-Studium an der Steinbeis-Hochschule Berlin. Die Absolventen des „Work & Study“-Programms erreichen so in rund 40 Monaten neben umfangreicher Berufspraxis auch einen Universitäts-

abschluss (Bachelor of Business Administration). Der entscheidende Vorteil sowohl für die Teilnehmer als auch für die Unternehmer: „Die Studenten werden dem Arbeitsprozess nicht entzogen. Sie können das erworbene Wissen sofort in der Praxis umsetzen“, betont Lung. Mehrere Verlagshäuser beteiligen sich bereits am Programm oder interessieren sich dafür, darunter der Europa-

Fachpresse-Verlag und die Verlagsgruppe Weltbild. Aus gutem Grund, wie der BAW-Direktor erklärt: „Bewerber, die sich für den dualen Weg entscheiden, sind hoch motiviert, belastbar und zielstrebig. Die Verzahnung von Tätigkeit und Studium garantiert den Unternehmen Mitarbeiter, die sich an den aktuellen wirtschaftlichen Anforderungen orientieren.“

STUDIE

## Wie gut sind Medienmanager?

**W**ie gehen Medienmanager mit der zunehmenden Beschleunigung um? Welchen Sinn haben Strategien in einem dynamischen Umfeld? Wie wichtig ist es, in seinem Markt der Schnellste zu sein? Diesen und ähnlichen Fragen geht das Malik Management Zentrum St. Gallen im Herbst 2007 nach: Mit dem VZB als federführendem Zeitschriftenpartner und dem VBZV untersucht das Forschungsinstitut die Qualität von Medienmanagement. „Die Medien sind für uns von Interesse, da sich das Umfeld mit einer enormen Dynamik verändert“, erläutert Projektleiter Helmut Haimerl (früher Unternehmensberater bei der MDG in München). Die Medienstudie wurde in enger Abstimmung mit Verantwortlichen des VZB und des Verbandes Bayerischer Zeitungsverleger vorbereitet. Mit den Ergebnissen könne der VZB zielgerichtet für die nächsten Jahre planen. Haimerl: „Wir brauchen eine Diskussion über wirksames Management von Medienunternehmen.“



Helmut Haimerl