

Gut ausgebildet in die Medienwelt

Der MedienCampus auf der MedienArena (Ausschnitt)

Von Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner und Heiko Richter

Viele Wege führen nicht nur nach Rom, sondern auch in die Medien. Klassische Ausbildungsberufe und neue Studiengänge, Workshops und Qualifizierungsprogramme – das Angebot an Aus- und Weiterbildung ist groß. Natürlich gibt es noch immer auch Quereinsteiger in der Medienbranche, die mitten im Berufsleben standen und von dort den Weg in die Medien suchten und fanden – sie sind jedoch rar geworden. Bei einer Vielzahl an Bewerbern selbst für Praktikantenstellen haben die Zeitungen und Rundfunksender, die Werbeagenturen und Pressestellen heute freie Auswahl. Die Anforderungen an den Nachwuchs steigen also, die Qualität in der Aus- und Weiterbildung der Branche bekommt einen höheren Stellenwert.

(...)

Ein Wachstumsmarkt jenseits der neuen Medien ist in den Bereichen „Marketing, PR und Werbung“ zu finden. Immer mehr Firmen begreifen die Chancen eines professionellen Außenauftritts und investieren in ihre Kommunikationsabteilungen, nur durch aktive Kundenbetreuung und Selbstdarstellung stellt sich der wirtschaftliche Erfolg ein. Fehlten bisher für diese Aufgaben Fachkräfte, so haben die Bildungsinstitutionen reagiert und bieten mehr und mehr PR- und Marketing-Kurse oder -Studiengänge an. Auch bei der klassischen Journalistenausbildung hat das Thema längst Einzug gehalten. Daneben gibt es Häuser, die sich ausschließlich damit befassen, so die Bayerische Akademie für Werbung und Marketing.

Die Branche hat großen Bedarf an Spezialisten etwa für das Dialog- oder das Eventmarketing, eine fundierte Ausbildung lohnt sich also. Im Zentrum steht bei allen

Berufsbildern jedoch die Kommunikation. Diese kann direkt erfolgen, zunehmend aber auch über andere Medien wie das Internet oder das Handy. Marketing-Mann Ernst M. Benner: „Gesucht sind ‚multi channel manager‘, die verschiedene Kanäle bedienen können.“ Mit integrierter Kommunikation wird sich der Nachwuchs beschäftigen müssen, denn auch im Marketing und in der Werbung wächst die Branche zusammen. Es ist ein scheinbares Paradox: Gefragt sind Generalisten mit Spezialisierung.

Wege in die Medien - Marketing, Event, PR und Werbung

Es diskutierten unter der Moderation von Dr. Matthias Lung, Bayerische Akademie für Werbung und Marketing (BAW): Ernst M. Benner, Benner & Partner Dialogmarketing GmbH München; Christian G. Hirsch, Kommunikationsverband Bayern BWF e.V.; Rudolf Müller, IDG Magazine Verlag; Dirk Rumberg, Süddeutscher Verlag

Aus: "Merging Media - Potenziale und Konsequenzen der Digitalisierung, Dokumentation der Medientage München 2004", München 2005

www.medien-campus-bayern.de

www.medientage-muenchen.de