

## ***Qualität setzt sich durch***

Medienaus- und -weiterbildung unter veränderten Bedingungen

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

Oft ist der Weg das Ziel, wenn man junge Menschen nach ihrer Zukunft fragt. Erst einmal sehen, was die nächsten Monate bringen, zunächst hat der Schulabschluss Priorität. Doch dann geht alles sehr schnell: Mit dem Zeugnis in der Hand wird es ernst, und im Kopf sind nur sehr rudimentäre Vorstellungen von dem, was einem überhaupt geboten wird in der Welt der Arbeitenden. Wenn sich diese Vorstellungen um Kameras und Mikrofone, um Redaktionen und Werbeagenturen – kurz: um Medien – drehen, dann ist nicht selten der MedienCampus Bayern e.V. erste Anlaufstation.

Wenn es nach den Anfragen an den Dachverband für Aus- und Weiterbildung im bayerischen Mediensektor geht, dann gab es nie eine Krise: Der Andrang rund um die Arena „MedienCampus“ war auch bei den Medientagen München 2003 ungebrochen. Allerdings sind die Jugendlichen heute besser informiert als noch vor wenigen Jahren, die Fragen sind meist sehr präzise. So nutzten viele die Messe nicht für eine Erstinformation, sondern für gezieltes Networking und Nachfragen. Und: Die jungen Leute sind auch bereit, in ihre Bildung zu investieren.

Da schien die Präsentation des MedienCampus Bayern e.V. mit seinen Mitgliedern ideal, um Angebote zu vergleichen und in die Feinheiten der über hundert Berufe einzutauchen, die der Mediensektor auch nach dem für viele schmerzlichen Strukturwandel bereithält. Einhelliges Fazit der Personalentscheider: Guter Nachwuchs wird auch heute gebraucht, um innovativ bleiben und neue, globale Herausforderungen meistern zu können.

## **Wege in die Medien**

Wie soll der ideale Mediennachwuchs aussehen? Welche Fähigkeiten muss er mitbringen, welche Vorbildung benötigt er? Um diese Fragen zu klären, setzte der MedienCampus Bayern e.V. die Informationsreihe „Wege in die Medien“ auf das Programm. Unterteilt nach den Mediengattungen, trafen Praktiker mit Ausbildern, Wissenschaftler mit Personalern zusammen.

Das erste Panel stieg klassisch mit den „Berufsfeldern bei Zeitungen, Zeitschriften und Verlagen“ ein. Hier verläuft der Weg – so wie schon vor Jahren – am chancenreichsten über das Volontariat, die Ausbildung im Verlagshaus zum Redakteur. Ohne Zweifel: Leichter ist es nicht geworden, einen der begehrten Ausbildungsplätze zu bekommen. Doch Erfahrungen erhöhen die Perspektiven: Wer bereits als Schüler so genannter „freier Mitarbeiter“ war und auf Zeilenhonorar oder Pauschale für die Lokalredaktion gearbeitet hat, ist eher im Gedächtnis der Chefredaktion als ein Bewerber ohne jegliche Praxiserfahrung. Das gilt übrigens nicht nur für den Printbereich – grundsätzlich gilt: Ohne Vorkenntnisse kaum eine Chance.

Es diskutierten: Dr. Holger Paesler, Geschäftsführer des Verbands Bayerischer Zeitungsverleger, Bernd Zanetti, Geschäftsführer der Akademie des Deutschen Buchhandels, Feico Derschow, Studienleiter Kommunikationsdesign der Blocherer Schule für Kommunikationsdesign + Innenarchitektur, David Brandstätter, Geschäftsführer der Mainpresse Zeitungsverlagsgesellschaft, Herbert Gollum, Personalleitung Süddeutscher Verlag; Moderation: Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner, Geschäftsführerin MedienCampus Bayern e.V.)

Ein wenig anders verhält es sich bei den „Berufsbildern bei Multimedia, Online und Games“, dem zweiten Gesprächskreis. Hier arbeiten extrem viele Freelancer auf eigene Rechnung, Quereinsteiger und Autodidakten sind keine Seltenheit. Mit dem Medium Internet Geld zu verdienen, ist dennoch schwierig, am ehesten schaffen die Web-Designer den Sprung in die gesicherte Existenz. Mittlerweile haben sich die Bildungseinrichtungen auf die neuen Medien eingestellt und bieten Studiengänge für

diese Richtungen an. So treffen auch hier zwei Welten aufeinander – gut dem, der auf qualitätsvolle Ausbildung mit Hintergrund gesetzt hat.

Es diskutierten: Prof. Dr. Klaus Meier, Leiter des Studiengangs Online-Journalismus an der FH Darmstadt, Matthias Winter, Geschäftsführer [wissen.de/DerClub.de](http://wissen.de/DerClub.de), Peter Krempf, Softwareentwickler, Christian Gregoire, General Director CyberCap Montreal, Prof. Rudolf-Gerd Lindemann, Dekan Fachbereich Gestaltung an der Georg-Simon-Ohm-Fachhochschule Nürnberg;  
Moderation: Prof. Renate Hermann, FH Ansbach

Noch immer mit Abstand der beliebteste Bereich sind die „Berufsbilder bei Film, Funk und Fernsehen“. Kein Platz mehr im Auditorium war bei dieser Runde zu bekommen, selbst Stehplätze waren Mangelware. Kein Wunder, strahlt die glamouröse Welt der Kameras noch immer kräftig die Schüler und Studenten an. Falsch ist an dieser Situation grundsätzlich einmal nichts, denn wie kein anderer Bereich bieten sich hier Jobs in den verschiedensten Bereichen an. Moderatoren werden derzeit sicher nicht händeringend gesucht; doch wer flexibel ist, hat Chancen: Kameramänner und Beleuchter, MAZ-Dispatcher, Producer oder Aufnahmeleiter: Etliche Berufsbilder gibt es hier zu entdecken, gerade der technische Bereich ist einem ständigem Wandel unterworfen und benötigt gut ausgebildete Spezialisten. Dies leisten zum Beispiel Fachhochschulen mit dem Medientechnik-Studium oder die Hochschule für Fernsehen und Film München (HFF), aber auch private Akademien haben interessante Konzepte.

Eine Illusion sollten Interessierte allerdings gleich verbannen: Eine Festanstellung nach der Ausbildung – egal ob in Redaktion oder Technik – dürfte in Zukunft die Ausnahme bleiben. In der Medienbranche steht man ab sofort mehr den je auf eigenen Beinen, mit allen Nachteilen und (sozialen) Risiken. Es schadet also nichts, ein „zweites Standbein“ zu besitzen bzw. sich nicht zu sehr an einen Auftraggeber zu binden. Und Mut gehört natürlich auch zu dem Schritt in die Selbstständigkeit, gerade als junger Mensch ohne einen finanziellen Speckgürtel. Die Medienpraktiker waren und sind sich indes einig: Wer gut ist, kommt als Freiberufler nach wie vor an lukrative Aufträge. Geregelter Arbeitszeiten kann er jedoch getrost vergessen.

Es diskutierten: Steffen Schmidt-Hug, Geschäftsführer Bundesverband Regie, Dr. Ulrich Berls, Direktor der Bayerischen Akademie für Fernsehen (BAF), Mercedes Riederer, Chefredakteurin Hörfunk beim Bayerischen Rundfunk, Sibylle Weischenberg, Society-Expertin und Moderatorin, Sebastian Steinmayr, Chefredakteur BLM/Radiodienst; Moderation: Gilda Losing, Journalistin und Autorin

Letztes gilt für die gesamte Medienbranche, zu der auch „Berufsfelder bei Marketing, Event, PR und Werbung“ gehören. In diesem Panel der Reihe „Wege in die Medien“ wurde auch dieser „kreative“ Bereich beleuchtet. Zukunft hat er ohne Zweifel, denn Werbung wird es so lange geben, wie Produkte oder Dienstleistungen im freien Markt mit Konkurrenz zu kämpfen haben. Die Werbeformen sind jedoch einem Wandel unterworfen, dem sich die Agenturen stellen müssen. Das Internet als Plattform, Kommunikationsdienste wie SMS oder MMS, personalisierte Mailings, Direktmarketing: Schlagworte, die vor fünf Jahren zum Teil noch völlig unbekannt waren. Heute gehören sie zu einem professionellen Kommunikationsmix und müssen für Promotion und Marketing bedient werden. Was bleibt, ist die Kreativität, die zwar nicht erlernt, aber doch gefördert werden kann. Dies bleibt Aufgabe unter anderem der Hochschulen oder der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW) als Hort der Innovation und neuen Wege.

Es diskutierten: Ulrich Clef, Präsident des Marketing-Clubs München, Martin Wagner, Mitglied der Geschäftsführung von sueddeutsche.de, Ulrich Brenner, Geschäftsführer der Deutschen Journalistenschule, Doris Grau, Leiterin Brand-Management bei Antenne Bayern, John Parisella, Präsident BCP Montreal; Moderation: Dr. Matthias Lung, Direktor der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing (BAW)

## **Hochschulbildung**

Um die wissenschaftliche Ausbildung drehten sich zwei weitere Veranstaltungen des MedienCampus Bayern e.V. auf den Medientagen München 2003. „Medienstudiengänge in Bayern“ hieß eine davon und stellte die breite

Angebotspalette an den bayerischen Universitäten und Hochschulen dar. Im Grunde genommen gibt es nichts, was es nicht gibt im Freistaat: Reine Journalistik ist ebenso zu finden wie Medienmanagement, Design steht genauso zur Auswahl wie Multimedia.

Zuvor muss jedoch eine grundsätzliche Frage gestellt werden: Soll überhaupt studiert werden, oder reicht eine praktische Ausbildung in einem Betrieb? Die Antwort darf in keine Pauschalität verfallen, denn letztlich erfordert eine wissenschaftliche Bildung einige Voraussetzungen und Neigungen. In den Medienhäusern fällt die Antwort in vielen Fällen jedoch gleich aus: In einem Studium lernen die Bewerber zielgerichtetes und selbstständiges Arbeiten, was zu den Schlüsselqualifikationen gehört. Dabei steht die Fachrichtung zwar im Vordergrund, wichtig ist den Personalern aber auch ein zügig durchgezogener Abschluss. Das nötige Fachwissen im Detail wird sowieso im Job vermittelt.

Es diskutierten: Prof. Dr. Manfred Kiesel, Dekan Fachbereich Medienmanagement an der FH Würzburg-Schweinfurt, Prof. Dr. Peter Kammerer, Vizepräsident der FH München, Prof. Dr. Hans-Bernd Brosius, Institut für Kommunikationswissenschaft (ZW) der Ludwig-Maximilians-Universität München, Prof. Robert Rose, FH Augsburg, Prof. Dr. Dr. Godehard Ruppert, Präsident der Otto-Friedrich-Universität Bamberg, Prof. Dr. Dieter Spanhel, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg; Moderation: Prof. Dr. Gabriele Goderbauer-Marchner, Geschäftsführerin des MedienCampus Bayern e.V.

Wer dennoch schon zu Studienzeiten mit der Medienwelt in Kontakt treten möchte, der steht nicht selten vor der ersten Hürde: der Zulassungsbeschränkung. Abschrecken sollte sie nicht, denn nur wer wagt, kann gewinnen. Hilfreich sind auch hier Praxiserfahrungen und Interesse am Fachgebiet, wenngleich die Abiturnote üblicherweise bei der Berechnung der Rangliste ebenfalls eine Rolle spielt.

Besonders für potentielle Führungskräfte dürften „Internationale Medienstudiengänge“ von gesteigertem Interesse sein, ein weiteres Thema des MedienCampus Bayern e.V.. Durch seine vielfältigen Kooperationen, etwa mit der

kanadischen Region Québec, ließ er die Medieninteressierten über die Grenzen Deutschlands blicken. In Österreich etwa gibt es nicht einmal sprachliche Barrieren, die Mentalität dort dürfte eine ähnliche sein wie hierzulande. Innovative Hochschulen hat der Nachbar auch, sodass er bei der Studienwahl oder bei Überlegungen für ein Auslandssemester sicher mit einbezogen werden kann.

Fakt ist: Ein Auslandsaufenthalt macht sich noch immer sehr gut im Lebenslauf, drückt er doch die Selbstständigkeit und Flexibilität des Bewerbers aus. Dies darf jedoch als – wenn auch wichtiger – Nebeneffekt bezeichnet werden angesichts der Eindrücke und Erfahrungen, die ein Student in der Fremde sammelt und die ohne Zweifel lebensprägend sein können. Das gilt umso mehr, wenn eine fremde Kultur besucht wird, eine fremde Sprache erlernt und grundlegend verschiedene Lebensauffassungen begutachtet werden. Reißnagel ist dabei nur immer wieder die Finanzierung. Diverse Programme, etwa von privaten oder öffentlich-rechtlichen Stiftungen, können jedoch beim weltweiten Studium helfen. Eine Vorlaufzeit von mindestens einem halben Jahr ist aber dringend zu empfehlen.

Dr. Vera Christoph, Geschäftsführende Direktorin des Amerikahauses München,  
Royden Terill D'Souza, Leiter On-Air-Promotion beim Deutschen Sportfernsehen,  
Claude Trudelle, Büro der Vertretung der Regierung von Québec in Bayern, Rita  
Jedenak, Babeş-Bolyai Universität Cluj-Napoca (Rumänien), Magister Dr. Stefan  
Krummel, Europäische Journalismus Akademie Wien; Moderation: Dr. Patrick  
Hörl, Geschäftsführer Discovery Channel

## **Weiterbildung**

Bei den Medientagen München 2003 stießen zwei Zielgruppen aufeinander, die mit unterschiedlichen Voraussetzungen Wege in die Medien suchten. Neben den Schulabgängern und Studenten fanden wie in den Vorjahren auch sehr viele gestandene Medienmenschen den Weg in die Arena „MedienCampus“, um Möglichkeiten zur Fort- und Weiterbildung auszuloten. Der Strukturwandel hatte kürzlich auch in der Zukunftsregion München ganze Berufsgruppen mit veränderten Bedingungen konfrontiert; nun gilt es, sich diesen anzupassen. Diese Aufgabe

können private Akademien leisten, die teils mit Abend- oder Wochenendkursen berufsbegleitende Angebote im Programm haben, teilweise aber auch Vollzeitstudiengänge mit mehreren Monaten oder gar über einem Jahr Laufzeit anbieten. Vorteil dieser Kurse ist der absolute Praxisbezug: Die Referenten stehen in aller Regel mitten im Beruf und vermitteln die Skills, auf die die Wirtschaft Wert legt.

Die Voraussetzungen haben sich auch bei den Akademien gewandelt: Waren einige Institute früher auf Arbeitslose fixiert, deren Bildung das Arbeitsamt übernommen hat, so muss nun verstärkt um Selbstzahler geworben werden. Die Akzeptanz, Geld für die eigene Bildung auszugeben, setzt sich jedoch immer mehr durch. Dies ist der richtige Weg: Wer gut ausgebildet ist und schnell auf den ständig in Bewegung befindlichen Markt reagieren kann, der wird längerfristig die besseren Karten haben. Qualität setzt sich durch – auch und gerade im Medienbereich.

Dieser Text wurde erstmals abgedruckt im Buch „Vertrauen gewinnen – Kreativität stärken“, der Dokumentation der Medientage München 2003.

[www.medientage-muenchen.de](http://www.medientage-muenchen.de)

[www.medien-campus-bayern.de](http://www.medien-campus-bayern.de)