

Hamburg Media School



Masterstudiengänge
Digital- und Medienmanagement
Digitaler Journalismus
Film
Werteorientierter Werbefilm

Bachelorstudiengang
Digital Media

Weiterbildung

Forschung





»Die Hamburg Media School ist Managementschmiede und Kreativschule. Mit ihren universitären Abschlüssen und der intensiven Vernetzung in die deutsche Digital- und Medienlandschaft ist die HMS einzigartig.«

Dr. Katharina Schaefer
Geschäftsführerin

Jutta Münten
Kaufmännische Leiterin

Ulrike Dobelstein-Lütke
Leiterin Weiterbildung

Prof. Richard Reitinger
Künstlerischer Leiter &
Leiter Film

Prof. Dr. Armin Rott
Wissenschaftlicher
Leiter Digital- und
Medienmanagement

Dr. Katharina Schaefer
Geschäftsführerin der Hamburg Media School

Gemacht für die Praxis

Studiengänge, Weiterbildung und
Forschung an der Hamburg Media School

Seit ihrer Gründung 2003 bildet die Hamburg Media School (HMS) begabte Medienschaffende für wirtschaftliche, akademische und künstlerische Fach- und Führungspositionen in der Medienbranche aus und weiter. Das Lehrangebot konzentriert sich auf die Fachgebiete Digital- und Medienmanagement, Journalismus und Film und reicht von staatlich anerkannten universitären Masterstudiengängen über einen Bachelor bis zu berufsbegleitenden Weiterbildungsangeboten. Zudem begleitet die HMS die digitale Transformation durch vielfältige Forschungsprojekte in Zusammenarbeit mit renommierten Kooperationspartnern. Die enge Verzahnung mit der Medienwirtschaft gewährleistet eine interdisziplinäre, wissenschaftlich fundierte und praxisorientierte Lehre. Kleine Kursgrößen stellen den persönlichen Kontakt von Studierenden und Lehrenden sowie eine intensive Betreuung sicher. Durch die praktische Ausrichtung des Curriculums bauen die Studierenden frühzeitig ein wertvolles Netzwerk in der Branche auf. Dabei ist die HMS auf dem Kunst- und Mediacampus Hamburg auch örtlich in ein dichtes Netzwerk von Hochschulen, Unternehmen und Kreativen eingebunden. Mit dem von ihr getragenen TV- und Radiosender TIDE steht eine moderne Medieninfrastruktur bereit.

KONTAKT

Hamburg Media School
Finkenau 35
22081 Hamburg
Tel.: 040 413 468 00
E-Mail: info@hamburgmediaschool.com

GRÜNDUNG

2003

ORGANISATION

Public-private-Partnership
Gemeinnützig

GESELLSCHAFTER

50% HMS Hamburg Media
School Stiftung, 25,2%
Freie und Hansestadt
Hamburg, 12,6%
Universität Hamburg,
12,2% Hochschule für
bildende Künste



„Die sehr praxisbezogene Hamburg Media School war die ideale Ergänzung zu meinem theoretischen VWL-Studium und ein wichtiger Schritt zum erfolgreichen Berufseinstieg.“

Kolja Barde

Nach seinem Bachelorabschluss in VWL studierte Kolja von 2013 bis 2015 an der Hamburg Media School. Dort sammelte er Praxiserfahrung bei Burda, Axel Springer, Unicef und Gruner + Jahr. Nach seinem Berufseinstieg bei der Ganske Verlagsgruppe zog es ihn zu ProSieben-Sat.1 nach München. Neben der Leidenschaft für das Bergwandern fasziniert ihn dort der rasante und technologiegetriebene Medienwandel. Der volkswirtschaftliche Blick aufs große Ganze ist ihm dabei nie verloren gegangen.

Nach Stationen in den Bereichen Group Strategy, Business Development und Product Strategy baut er mittlerweile als Director Product Incubation neue Geschäftsmodelle auf. Die Erfahrungen und Kontakte aus seiner Zeit an der HMS begleiten ihn dabei bis heute.

Fach- und Führungskräfte für die Digital- und Medien- branche

Digital- und Medienmanagement (MBA)

Der MBA richtet sich an Hochschulabsolventinnen und -absolventen unterschiedlichster Fachrichtungen, die sich gezielt auf eine Fach- oder Führungsposition im Management eines Digital- oder Medienunternehmens vorbereiten wollen. Unsere Studierenden arbeiten nach ihrem Abschluss z.B. als Client Partner bei Facebook, Publishing Manager bei Gruner + Jahr oder als Strategic Partnership Manager bei Airbnb in San Francisco. Das Studienprogramm legt mit generalistischen und managementorientierten Veranstaltungen zunächst die Grundlagen. Über die unterschiedlichen Wahlmöglichkeiten bei den Tracks und Projekten passt sich das Studium dann im Verlauf den eigenen Interessen und Entwicklungszielen an. MBA-typisch ist der hohe Anteil an betriebswirtschaftlichen Fächern, die durch medienbezogene Projekte und Coachings ergänzt werden. Branchenprofis in der Lehre und die kontinuierliche Weiterentwicklung des Curriculums garantieren zukunftsfähige und karriere-relevante Inhalte. Mehrmonatige Consultingprojekte für namhafte Digital- und Medienunternehmen sorgen für eine systematische Praxisintegration und tragen ebenso zum Ausbau des exzellenten Branchennetzwerks bei wie die zahlreichen Dozierenden- und Alumnikontakte.

ABSCHLUSS

Master of Business Administration in Digital- und Medienmanagement, verliehen in Kooperation mit der Universität Hamburg. Das Studium ist staatlich anerkannt, akkreditiert und berechtigt zur Promotion.

VORAUSSETZUNGEN

Abgeschlossenes Bachelorstudium, mindestens ein Jahr Berufserfahrung

STUDIENSTART & DAUER

Jährlich zum 1. Oktober;
Regelstudienzeit 24 Monate

GEBÜHREN

25.000 Euro für das gesamte Studium, vielfältige Stipendienmöglichkeiten und individuelle Finanzierungsmodelle

KONTAKT

Studienbüro
Birte Lüpkes
Tel.: 040 413 468 45
E-Mail: b.luepkes@hamburgmediaschool.com



„Es ist der richtige Mix aus Wissenschaft und Praxis und ein großartiges Netzwerk, das weit über die Studienzeit hinaus von Bedeutung ist.“

Anna van Koetsveld
Stellvertretende Verlagsgeschäftsführerin der
Bauer Women KG

Anna van Koetsveld absolvierte ihren Bachelor in International Business Management and Studies in den Niederlanden und Südkorea in 2010. Während des Studiums stieg sie bei G+J ein und schrieb ihre Bachelorarbeit in der Verlagsleitung STERN/GEO/ART. Danach arbeitete sie als Projektassistentin beim Henri Nannen Preis und als Projektleitung der gesellschaftspolitischen Aktionen und Projekte beim STERN. 2014 nahm sie ihr EMBA-Studium an der HMS auf. Es folgte die Position als Publishing Manager in der Verlagsgruppe FOOD und schließlich in der Verlagsgruppe WOMEN, in der sie die Markenführung der BRIGITTE-Titel verantwortete und neue Magazine launchte. Im August 2017 übernahm sie die Leitung der neuen, von ihr mitentwickelten BRIGITTE Academy. Seit Mai 2020 ist sie stellvertretende Verlagsgeschäftsführerin der Bauer Women KG in der Bauer Media Group.

Bereit für den nächsten Karriereschritt

Der berufsbegleitende MBA in
Media Management

Der Executive MBA richtet sich an Berufstätige, die ihre Managementkenntnisse aufbessern und sich auf den nächsten Karriereschritt in der Digital- und Medienbranche vorbereiten wollen. Die Studierenden kommen aus den unterschiedlichsten Branchen und Funktionen der Digital- und Medienindustrie und reisen aus ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz an. Präsenzveranstaltungen finden meist freitags und samstags statt. Das Studium ist auf seine berufsbegleitende Studierbarkeit optimiert und durch ein Baukastensystem für jeden Teilnehmenden individualisierbar. Im Kern des Curriculums stehen managementrelevante kaufmännische Schwerpunkte, aktuelle medien-spezifische Inhalte digitaler Medien und die gezielte Stärkung der Führungs- und Sozialkompetenzen sowie der Ausbau ökonomischen Wissens. Zusätzlich profitieren die Studierenden dabei insbesondere vom intensiven Austausch mit den Kommilitonen und Kommilitoninnen und Dozierenden sowie dem Alumni- und Förderernetzwerk. Arbeitgeber sehen das Angebot eines EMBA an der HMS nicht nur in der Mitarbeiterqualifikation, sondern auch als wirkungsvolles Instrument der Mitarbeitergewinnung und -bindung.

KONTAKT

Studienbüro
Camilla Owen
Tel.: 040 413 468 18
E-Mail: c.owen@hamburgmediaschool.com

ABSCHLUSS

Executive Master of Business Administration in Media Management, verliehen in Kooperation mit der Universität Hamburg. Das Studium ist staatlich anerkannt durch ACQUIN.

VORAUSSETZUNGEN

Abgeschlossenes Erststudium (Wirtschafts-, Rechts-, Geistes- oder Sozialwissenschaften), dreijährige qualifizierte Berufserfahrungen, mind. ein Jahr davon nach dem ersten Hochschulabschluss

STUDIENSTART & DAUER

Ganzjährige rollierende Aufnahme. Regelstudienzeit 24 Monate, verlängerbar auf 36 Monate; Präsenzveranstaltungen überwiegend freitags und samstags, ergänzt durch Blockveranstaltungen für Spezialisierungen und die internationale Medienreise

GEBÜHREN

25.000 Euro für Selbstzahler und Förderer für das gesamte Studium, individuelle Finanzierungsmodelle



»Der Wandel in der Medienwelt ist rasant. Wie der Qualitätsjournalismus durch kluge und schnelle Innovationen auch in den kommenden Jahren bestehen kann, lehren die Dozierenden an der HMS. Davon profitiere ich auch als erfahrener Redakteur jeden Tag.«

Cai Tore Philippsen
Ressortleiter bei FAZ.NET

Cai Tore Philippsen ist Ressortleiter bei FAZ.NET. Zuvor arbeitete er dort als Leitender Redakteur vom Dienst im Zentrum des Newsrooms. Dort steuerte er die Homepage, die verschiedenen Apps und den Mobil-Auftritt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Nach einem Sportstudium und ersten Berufsjahren bei der Deutschen Presse-Agentur baute er bei der F.A.Z. den Online-Auftritt mit auf und startete als Sportjournalist in den digitalen Journalismus.

Innovations- labor für den digitalen Journalismus

Executive Master of Arts in Journalism
Vertiefung redaktionelles Management

Das berufsbegleitende Masterstudium „Digitaler Journalismus“ verbindet fundiertes Innovationswissen mit digitalisierter Berufspraxis. Angesichts der hohen Veränderungsdynamik bilden wir Talente für die Digital-Medienbranche weiter, die neben journalistischer Haltung Offenheit für digitale Technologien und Unternehmergeist mitbringen. Ob Qualitätsmanagement, multimediales Storytelling oder die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle: Es gibt deutschlandweit keinen vergleichbaren universitären Masterstudiengang, der die gezielte Förderung der beruflichen Interessen seiner Studierenden in den Mittelpunkt stellt und diese mit einem individuellen Coaching-Ansatz in kleinen Lerngruppen verbindet. Über das exzellente Netzwerk der Hamburg Media School in den Journalismus und die Medienwirtschaft fungiert unser berufsbegleitendes Studienangebot als Innovationslabor für digitalen Journalismus, das dabei hilft, kreative Lösungsansätze für den digitalen Medienwandel zu entwickeln.

ABSCHLUSS

Executive Master of Arts in Journalism, verliehen in Kooperation mit der Universität Hamburg. Das Studium ist staatlich anerkannt und berechtigt zur Promotion.

VORAUSSETZUNGEN

grundständiger Studienabschluss (Bachelor, Magister, Diplom oder ähnliche Qualifikation), mindestens ein Jahr journalistische Berufserfahrung

STUDIENSTART & DAUER

Ganzjährig rollierende Aufnahme; regulärer Studienbeginn jährlich zum Herbst, Regelstudienzeit 24 Monate, verlängerbar auf 36 Monate

GEBÜHREN

21.500 Euro für das gesamte Studium, vielfältige Stipendienmöglichkeiten und individuelle Finanzierungsmodelle

KONTAKT

Studienbüro
Lina Bartsch
Tel.: 040 413 468 24
E-Mail: l.bartsch@hamburgmediaschool.com



»Marken werden zu Medien, Storytelling wird multimedialer – schon deshalb ist es für uns als Kommunikationsagentur immer wichtiger, gute und relevante Inhalte zu produzieren. In dieser Situation und angesichts der dafür gefragten handwerklichen Fähigkeiten ist das Master-Volontariat der HMS ideal.«

Alexander Becker

Head of Newsroom und Chefredakteur Clutch

Seit 20 Jahren beschäftigt sich der ehemalige Redaktionsleiter von MEEDIA.de, Alexander Becker, mit digitalem Journalismus und neuesten Tech-Trends. Heute ist er Head of Newsroom und Chefredakteur der Clutch, dem Gesellschaftsmagazin für die digitale Welt. Die PR-Agentur Frau Wenk gibt dieses Heft heraus. Außerdem beraten die Hamburger Tech-Profis nationale sowie internationale Internettechnologieunternehmen und produzieren entsprechenden Content für ihre Kunden.

Ideal für den Karrierestart

Executive Master of Arts in Journalism
Vertiefung redaktionelle Produktion

Das Master-Volontariat „Digitaler Journalismus“ ist die perfekte Symbiose aus Theorie und Praxis. Es kombiniert das Masterstudium mit der Vertiefung redaktionelle Produktion und ein klassisches Volontariat in einem Medienunternehmen. Dabei laufen beide Ausbildungen parallel: In nur 24 Monaten schließen die Teilnehmenden ihr Masterstudium und ihre Redakteursausbildung gleichzeitig ab. In vertiefenden Modulen, die extra auf Volontär*innen zugeschnitten sind, vermitteln nationale und internationale Expertinnen und Experten die Grundlagen des Digitaljournalismus: Namhafte Dozierende zeigen, wie eine treffsichere Recherche funktioniert, wie sich Fakten prüfen und welche Inhalte sich auf welchen Kanälen am besten vermarkten lassen. Ob Video-, Audio- oder Datenjournalismus – in den praxisnahen Seminaren wenden die Studierenden ihr Wissen direkt an und produzieren ihre eigenen Produkte. So gibt das Master-Volontariat den Takt für schnelle Karriereschritte vor.

ABSCHLUSS

Executive Master of Arts in Journalism, verliehen in Kooperation mit der Universität Hamburg. Das Studium ist staatlich anerkannt und berechtigt zur Promotion.

VORAUSSETZUNGEN

grundständiger Studienabschluss (Bachelor, Magister, Diplom oder ähnliche Qualifikation), mindestens ein Jahr journalistische Berufserfahrung und ein Volontariatsplatz

STUDIENSTART & DAUER

Regulärer Studienbeginn jährlich zum Herbst; Regelstudienzeit 24 Monate

GEBÜHREN

ab 499 Euro im Monat

KONTAKT

Studienbüro
Lina Bartsch
Tel.: 040 413 468 24
E-Mail: l.bartsch@hamburgmediaschool.com

Wir sind nicht allein

Die Förderer der
Hamburg Media School

»Unsere Demokratie lebt von einer starken Presse. Diese braucht gut ausgebildete Journalistinnen und Journalisten, die deutlich wahrnehmbar ihre Stimme erheben und sich erfolgreich in der Medienwirtschaft behaupten. Die HMS vermittelt mit ihren praxisnahen Studiengängen und Bildungsangeboten ein Höchstmaß an journalistischer und wirtschaftlicher Lösungskompetenz. Wissenschaft und Medienwirtschaft ziehen hier am Medienstandort Hamburg an einem Strang.«

Dr. Carsten Brosda
Senator der Behörde für Kultur und Medien
der freien und Hansestadt Hamburg



axel springer



BERTELSMANN



Behörde für
Wissenschaft
und Forschung



facebook



Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND



FrankOtto |
Medien

FUNKE
MEDIEN
GRUPPE

GANSKE
VERLAGS
GRUPPE

Google

GRAEF
RECHTSANWÄLTE



Haspa
Hamburger Sparkasse



Kolle Rebbe



MackMedia.

MADSACK®
MEDIENGRUPPE



THE MARMALADE
VISUAL ENGINEERING

MBF
FILMTECHNIK

STIFTUNG
MERCATOR

NDRmedia

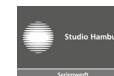


Schöpflin Stiftung:



DER SPIEGEL

STERNTAG | FILM



UFA



VON HAYE
FEY



W WEISCHER



DIE ZEIT

ZEIT-Stiftung
Ebelin und Gerd
Bucurius



Wir haben
etwas zu feiern!

#15HMS

15 Jahre
Hamburg
Media
School





»Durch das Filmstudium an der HMS bin ich meinem Traum einen großen Schritt näher gekommen: Standpunkte zu erforschen, Sichtweisen zu öffnen und eine Haltung auszudrücken – mit Geschichten, die authentisch und echt sind.«

Katja Benrath
Regisseurin

Nach dem Abitur und einer Schneiderlehre am Theater studierte Katja Benrath in Wien Schauspiel, Gesang und das Leben. Fasziniert vom filmischen Erzählen, begann sie erste Kurzfilme zu schreiben und zu inszenieren. Es fiel die Entscheidung, Wien zu verlassen und diese Leidenschaft auf der Hamburg Media School als Regisseurin auf professionelle Füße zu stellen. Mit ihrem Abschlussfilm „Watu Wote - All of us“ gewann sie 2017 den Studenten-Oscar in Gold und wurde im Januar 2018 für den Kurzfilm-Oscar nominiert. Ein Jahr nach Abschluss ihres Studiums bahnte sich die Zusammenarbeit mit Warner an; „Rocca verändert die Welt“ kam 2019 in die Kinos und gewann im gleichen Jahr den Deutschen Filmpreis in der Kategorie „Bester Kinderfilm“.

Am Ende wird immer ein Film draus

Master of Arts
Film

MASTER OF ARTS FILM

Der Studiengang Film bewegt sich im Spannungsfeld zwischen Vision, Ökonomie und Handwerk – und das mit jedem Jahrgang neu und anders. Den Unterschied machen Änderungen in der Branche, in Technik und Bewusstsein, aber vor allem die individuellen jungen Filmerinnen und Filmer, die wir an der Hamburg Media School begrüßen und durch das Studium begleiten dürfen. Gleich bleibt in jedem Jahrgang eines aber dennoch: die Freude am Film.

Diese sowie Begabung, ein medienaffines Erststudium, komplexe Filmkenntnisse und erste Berufserfahrung sind die Grundvoraussetzung für eine Bewerbung.

Wir bilden je sechs Kameraleute, Produzent*innen, Autor*innen und Regisseur*innen aus und produzieren mit ihnen, neben der akademischen Lehre, in zwei Jahren insgesamt 18 narrative Filme und sechs Dokumentationen, die alle von Anfang an internationale Standards erreichen und den Einstieg in die Filmbranche ermöglichen.

ABSCHLUSS

Master of Arts, verliehen in Kooperation mit der Hochschule für bildende Künste Hamburg

VORAUSSETZUNGEN

Abgeschlossenes Erststudium oder eine vergleichbare Leistung, nachgewiesene fachliche Tätigkeit und sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse

STUDIENSTART & DAUER

Zweijährlich zum 1. Oktober; Regelstudienzeit 24 Monate

GEBÜHREN

Semesterbeitrag der Hochschule für bildende Künste Hamburg; 25 Euro für das Bewerbungsverfahren

KONTAKT

Studienbüro
Patricia Steber
Tel.: 040 413 468 51
E-Mail: p.steber@hamburgmediaschool.com



**»Diese zukunftsweisende Kooperation eines wertetheorien-
tierten Werbefilmstudiums
mit bekannten Werbeagenturen
und Produktionen wird das
Selbstverständnis von Unter-
nehmen ebenso weiter ent-
wickeln wie das der Werbung
selbst. Für eine bessere Welt
kann man gar nicht gut
genug werben.«**

Tony Petersen
Werbefilmproduzent

Nach diversen kreativen Jobs, u.a. als Journalist und Setfotograf, begann für Tony Petersen 1975 der Übergang zum Werbefilm als Aufnahmeleiter, Locationscout, Caster sowie Regieassistent. 1985 gründete er seine erste Firma und produzierte 30 Jahre lang Werbefilme. Seit 20 Jahren fördert er den Werbenachwuchs und ist als Dozent, u.a. an der Filmakademie Ludwigsburg, der Texterschmiede, der Miami ad School und beim adc, tätig. Seit 5 Jahren kümmert er sich als Vorstand der Produzenten-Allianz um die Belange des deutschen Werbefilms und ist seit drei Jahren Präsident des europäischen Dachverbandes.

Wir zeigen Unternehmen, was in ihnen steckt: Menschen. Geschichten. Unsere Zukunft.

Master of Arts
Werteorientierter Werbefilm

MASTER OF ARTS WERTEORIENTIERTER WERBEFILM

Innerhalb von zwei intensiven Semestern werden im Masterstudiengang »Werteorientierter Werbefilm« junge, bereits filmerfahrene, gesellschaftspolitisch engagierte und begabte Absolventinnen und Absolventen affiner Studienfächer zu Werbefilmproduzentinnen und Werbefilmproduzenten weitergebildet. Im Mittelpunkt steht das Studienziel, die Studierenden in die Lage zu versetzen, die Wirkkräfte der aktuellen und zukünftigen Werbefilmstrategien und -Techniken so anzuwenden, dass sie einen gesellschaftlichen Mehrwert erzeugen. Dafür wird diesen das technische, ökonomische und gestalterische Know-how im Kontext der Werbefilmproduktion vermittelt, aber auch insbesondere die Auseinandersetzung mit inhaltlichen Fragen nach der Integration gesellschaftsrelevanter Themen wie Nachhaltigkeit, Klima und soziale Gerechtigkeit in Werbefilmen fokussiert. Zu diesem Zweck arbeiten die Studierenden während des Studiums mit NGOs, nachhaltig ausgerichteten Unternehmen und Kampagnen, die demokratische Entwicklungen vorantreiben, zusammen.

ABSCHLUSS

Master of Arts, verliehen in Kooperation mit der Hochschule für bildende Künste Hamburg

VORAUSSETZUNGEN

Abgeschlossenes Erststudium, künstlerische Eignung, eine mehrjährige fachliche Tätigkeit (mind. 2 Jahre) und sehr gute Deutsch- und Englischkenntnisse

STUDIENSTART & DAUER

Alle zwei Jahre zum 1. Oktober; Regelstudienzeit 12 Monate

GEBÜHREN

Semesterbeitrag der Hochschule für bildende Künste Hamburg; 25 Euro für das Bewerbungsverfahren

KONTAKT

Büro für Studienorganisation
Thomas Schnatmeyer
Tel.: 040 413 468 55
E-Mail: t.schnatmeyer@hamburgmediaschool.com



»Der Studiengang Digital Media hat die richtige Mischung aus technischen Grundlagen und medienkritischer Auseinandersetzung. Besonders gut gefallen hat mir die Möglichkeit, Bereiche wie Video, Audio, Games, Apps oder Mashups individuell vertiefen zu können.«

Kevin Finck

MBA-Absolvent Digital- und Medienmanagement

Kevin Finck erhält 2018 seinen Doppelabschluss in Digital Media von der Leuphana Universität Lüneburg und der HMS sowie in Creative Media von der City University of Hong Kong. Schon in Hongkong knüpft er bei einem Praktikum für „Treacle Animation“ erste Kontakte in die Medienbranche und sammelt technische Erfahrungen beim Programmieren von Apps und Websites, u.a. für die „Hong Kong Free Press“. Neben dem Studium arbeitet er als Redakteur für die Bauer Media Group in der Redaktion der TV Movie. Mit dem Masterstudium Digital- und Medienmanagement, das er im November 2020 abgeschlossen hat, konnte er seine praktischen Fähigkeiten aus dem Bachelorstudium Digital Media mit wirtschaftlichem Know-how ausbauen und vertiefen.

Digitale Medien grundlegend verstehen

Bachelor of Arts in Digital Media

BACHELOR OF ARTS IN DIGITAL MEDIA

Im englischsprachigen Bachelor Digital Media werden digitale Medien theoretisch fundiert, kritisch vermittelt und praktisch erprobt. Parallel dazu entwickeln und implementieren die Studierenden eigene Praxisprojekte in Bereichen wie Video, Audio, Games, Apps oder Mashups. Das Studienprogramm verbindet die theoretische Auseinandersetzung mit Medienwissenschaft und -geschichte mit der praktischen Einführung in die Grundlagen des Programmierens und der kreativen Nutzung digitaler Medien. So erarbeiten sich die Studierenden wissenschaftliche Expertise im Bereich der digitalen Medien ebenso wie berufsfeldbezogene Qualifikationen. Sie lernen nicht nur neue Theorien, Analysen, Werkzeuge und Trends zu verstehen, sondern werden auch befähigt, den rasanten Wandel auf immer wieder neue, kritische und kreative Weise zu begleiten und voranzutreiben. Das Studium bietet ideale Bedingungen, um zielführende Praktika in führenden Medienunternehmen zu absolvieren und eine fundierte Basis für weiterführende medienbezogene Studiengänge zu schaffen. Etwa die Hälfte der Veranstaltungen finden in den Räumen der Hamburg Media School statt, die andere Hälfte auf dem Campus der Leuphana Universität Lüneburg.

ABSCHLUSS

Bachelor of Arts in Digital Media, verliehen in Kooperation mit der Leuphana Universität Lüneburg

VORAUSSETZUNGEN & BEWERBUNGSFRIST

Hochschulzugangsberechtigung und Nachweis über ausreichende Englischkenntnisse

STUDIENSTART & DAUER

Jährlich zum 1. Oktober, Regelstudienzeit 6 Semester

GEBÜHREN

Semesterbeitrag der Leuphana Universität Lüneburg

KONTAKT

Studienbüro
Thomas Schnatmeyer
Tel.: 040 413 468 55
E-Mail: t.schnatmeyer@hamburgmediaschool.com



**„Mehr Praxis als Theorie!
Mit dieser Formel und einem
starken Netzwerk an Branchen-
expertinnen und -experten bietet
die HMS den Teilnehmenden
ein starkes Angebot an Weiter-
bildungsformaten. Diese
schlauern nicht nur auf, sondern
helfen auch beim Aufbau des
eigenen beruflichen Netzwerks.“**

Patrick Klingberg
Online Marketing-Dozent

„Von der regelmäßigen Inventur der Website bis zum Frühstück-
fernsehen des Online Marketings – als Digitaler Architekt predige ich
seit Jahren meinen Slogan: Mehr ♥ für die eigene Website!
Ob mit meiner Agentur, als Speaker oder live auf LinkedIn und anderen
Plattformen wie Twitch: Mein Ziel ist es, Online Marketing zu schaffen,
das begeistert.“

Vorankommen in den Bereichen Online- Marketing, Digitalisierung und Führung

Weiterbildung

WEITERBILDUNG

Der digitale Wandel verändert die Arbeitswelt und ganze Berufsbilder in radikaler Weise. Um mit dieser Entwicklung Schritt halten zu können, bietet die Hamburg Media School Weiterbildungen für Führungs- und Fachkräfte an. In unseren Seminaren und Inhouse-Trainings vermitteln wir professionelles Know-how in den Bereichen Online Marketing, Change Management, Digitalisierung und Führung. Damit du, egal ob Entscheider*in oder Mitarbeiter*in, auf die Herausforderungen der Zukunft vorbereitet bist. Denn sicher ist, dass nur diejenigen Erfolg haben werden, die bereit sind, immer wieder Neues zu lernen. In Seminaren, Workshops, Camps, maßgeschneiderten Programmen, Hackathons, Branchenevents oder Einzelcoachings unterstützen wir jede Kursteilnehmerin und jeden Kursteilnehmer individuell. Unsere Seminare und Veranstaltungen umfassen unter anderem das Online Marketing Camp, Digital Change, den Content Marketing und Social Media Day, die Video Academy und die Music Business Summer School.

ZERTIFIKATIONS- PROGRAMME

**Online Marketing
Manager (OMM)
und Content Creation
Manager (CCM)**
Kompakte Aus- und
Weiterbildung in
den Bereichen (Online-)
Marketing und Content
Creation bestehend
aus mind. zwölf
Veranstaltungstagen
wählbar aus zehn Modulen

**Digital Journalism
Fellowship (DJF)**
Einjähriges Weiter-
bildungsprogramm im
Bereich Journalismus und
digitale Themen, bestehend
aus neun Modulen und
insgesamt 40 Schulungs-
tagen

KONTAKT

Leiterin Weiterbildung
Ulrike Dobelstein-Lütke
Tel.: 040 413 468 69
E-Mail: weiterbildung@hamburgmediaschool.com



PROBANDIN

»Die Zusammenarbeit mit der HMS vereint wissenschaftliche Expertise mit anwendungsorientierter Forschung. Dabei liefert der Mix aus technischem Tracking, klassischen Befragungen und neurowissenschaftlichen Methoden zentrale Impulse für uns und den Markt.«

Dr. Imme Baumüller
Director Audience & Market Intelligence

Imme Baumüller, promovierte Medien- und Kommunikationswissenschaftlerin, ist Director Audience & Market Intelligence bei der Handelsblatt Media Group und leitet ein Team von Data-Analysten und Researchern, die sich mit strategischen Fragestellungen aus den Bereichen Vertrieb, Redaktion und Vermarktung beschäftigen. Zuvor hat sie in verschiedenen strategisch-analytischen Funktionen in unterschiedlichen Verlagsbereichen mehrerer Medienhäuser gearbeitet.

Angewandt, wissenschaftlich, umsetzbar

Forschung

FORSCHUNG

Der Forschungsbereich **Ökonomie und Management** sucht Antworten auf aktuelle und relevante Fragen der Digital- und Medienbranche: Was treibt die Nachfrage von Medienprodukten? Wie wirken sich Berichterstattung und Interaktion in sozialen Medien auf politische Entscheidungen aus? Wie sieht angemessene Regulierung aus? Wie lässt sich die Business-Planung von Digitalunternehmen verbessern? Das Ziel: bessere Entscheidungsgrundlagen für die Unternehmens-, Medien- und Wirtschaftspolitik.

Der **Forschungsbereich Brand & Consumer** untersucht mittels innovativer Datenerhebungsmethoden bewusste und unbewusste konsumbezogene Entscheidungsprozesse im digitalen Zeitalter. Im Fokus stehen Analysen zur Wirkung von Medienumfeldern und Marken auf Entscheidungsprozesse von Konsumentinnen und Konsumenten. Zudem werden in dem Bereich relevante Märkte und Aspekte der Medienindustrie tiefergehend beleuchtet, u.a. die Gaming-Industrie oder die Zukunft des Werbemarktes.

METHODEN (AUSWAHL)

Trendbeobachtungen
Information Retrieval
Web Data Extraction
Text Mining
Expertenbefragungen
Case Study Analysen

PARTNER (AUSWAHL)

game – Verband der deutschen Games-Branche
Quality Alliance
(F.A.Z., ZEIT, Süddeutsche, Handelsblatt)
nextMedia Hamburg
Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG)
Google/ YouTube

KONTAKT

forschung@hamburgmediaschool.com



Impressum

Hamburg Media School GmbH
Finkenau 35
22081 Hamburg
040 413 468 0
info@hamburgmediaschool.com
www.hamburgmediaschool.com

Gesellschafter

50% HMS Hamburg Media School
Stiftung, 25,2% Freie und Hansestadt
Hamburg, 12,6% Universität Hamburg,
12,2% Hochschule für bildende Künste

Geschäftsführung

Dr. Katharina Schaefer

Redaktion

Dr. Wiebke Schoon
Michelle Lucas
Farah Forootan

Fotografie

Tim Hoppe
Sebastian Isacu

Konzeption & Artdirection

Timo Durst
Max Weinland

Druck

Gutenberg Beuys, Hannover

Stand

Dezember 2020