

HAMBURG MEDIA SCHOOL

ZWEITAUSEND
ZWANZIG

/

ZWEITAUSEND
EINUNDZWANZIG



Der Leitungskreis der HMS, Foto: Tim Hoppe

Liebe Kolleginnen und Kollegen, liebe Förderinnen und Förderer, liebe Freundinnen und Freunde der Hamburg Media School,

lang ist es her, dass wir unseren letzten Jahresbericht herausgebracht haben. Nun ist es wieder an der Zeit, und wir möchten damit auch DANKE sagen: Danke an die Freie und Hansestadt Hamburg, die Universität Hamburg, die Hochschule für bildende Künste Hamburg sowie an unsere zahlreichen Förderunternehmen und persönlichen Unterstützerinnen und Unterstützer. Die letzten eineinhalb Jahre waren für uns nicht leicht – aber sie haben uns gelehrt, dass wir in Zeiten einer Pandemie auf Sie zählen können. Vielen Dank dafür!

Auch darüber hinaus haben wir im letzten Jahr viel gelernt: Auf unsere Mitarbeitenden und Dozentinnen und Dozenten ist Verlass. Digitalunterricht funktioniert – aus dem Stand – und wenn es erst einmal aus dem Badezimmer sein muss. Die Studierenden und Teilnehmenden von Weiterbildungsmaßnahmen gehen immer vor. Und last but not least: Unsere Studierenden haben eine grandiose Motivation – nicht eine/einer hat das Studium abgebrochen. Natürlich ist der digitale Unterricht über die Zeit hinweg besser geworden. Wir haben neue Tools gelernt, Technik

angeschafft und Seminare anders strukturiert, aber besonders beeindruckt hat uns die Einigkeit, mit der wirklich alle in dieser Zeit an einem Strang gezogen haben.

Auch wenn wir das neue Semester wieder in Präsenz starten, wird uns einiges bleiben. Warum beispielsweise wieder auf die vielen internationalen Lehrenden verzichten? Warum nicht mal jemanden zuschalten, der aus Krankheitsgründen nicht teilnehmen kann? Zudem haben digitale Meetings oder Seminare nicht nur Nachteile: Unter anderem haben wir die am besten besuchte Kuratoriumssitzung aller Zeiten erlebt.

Nun blicken wir weiter positiv in die Zukunft und hoffen, dass wir uns bald alle wieder häufiger „in echt“ sehen können – der Austausch und die Inspiration fehlen schon.

Damit Sie bis zu unserem nächsten Treffen wissen, was im letzten Studien- und Weiterbildungsjahr an der HMS so passiert ist, lesen Sie unseren Jahresbericht. Von der starbesetzten Zeugnisverleihung auf Youtube über unseren ersten Werteorienter Werbefilm-Jahrgang bis hin zu einem Rückblick auf unser erfolgreiches Digital Journalism Fellowship-Programm – wie immer war hier an der HMS viel los.

Ihr HMS-Team

Dr. Katharina Schaefer

Prof. Richard Reitinger

Jutta Münten

Prof. Dr. Armin Rott

Ulrike Dobelstein-Lütke

Mit Engagement durch das Corona-Jahr

Vorwort des Leitungskreises

S. 01

Allianz der Engagierten

Die Förderunternehmen der Hamburg Media School

S. 04

Die Studiengänge

So nah und doch so fern – Studienstart à la Corona!

Gemeinschaftsgefühl trotz Corona – zwei Studierende erzählen von den ersten Monaten im Studium

S. 06

Krisenmodus off: konstruktiver Journalismus – und was jetzt?

Beim Constructive Journalism Day 2020 entstehen Ideen für den Journalismus der Zukunft

S. 08

Medienreise Digital Edition: das Tagebuch

Corona zwingt zur digitalen Medienreise – nach Enttäuschung kommt der große Aha-Effekt mit vielen Insights von spannenden Medienunternehmen

S. 10

Praxisprojekt für Herz und Sinne

Vier Studierende unterstützen Musikprojekt für gehörlose Kinder und lernen dabei fürs Leben

S. 14

Licht aus – Spot an!

Wir präsentieren die Fünf-Minuten-Filme des Film-Jahrgangs 2022

S. 16

Der HMS-Abschlussfilm „I AM“: bedeutungsvoll, unkonventionell, außergewöhnlich!

Regisseur Jerry Hoffmann und Produzentin Stella Flicker sprechen über die Hintergründe des Erfolgsfilms 2020/21

S. 18

Möge die Macht der Werbung mit Euch sein!

Sechs Filmemacher*innen und ihre Werbefilme – im Fokus: Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Entwicklung

S. 22

Auslandssemester während Corona – ein Gespräch über eine besondere Zeit in Hongkong

Digital Media-Studentin Benita Liere erzählt

S. 24

Der Jahrgang der Herzen

Die virtuelle Zeugnisverleihung schafft trotz Distanz Nähe und Emotionen

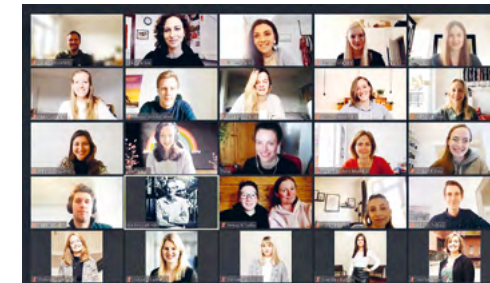
S. 28



Die HMS im Kliemannsland



Werbefilm „#TheOtherVulva“



Medienreise Digital Edition



Auslandssemester in Hongkong



Der HMS-Abschlussfilm „I AM“

Weiterbildung

Das Digital Journalism Fellowship 2020/2021 trotz Corona und inspiriert mit internationalen Gästen

S. 30

Wie 20 Journalist*innen in der Corona-Pandemie zu einer Gruppe zusammengewachsen sind

Journalism goes future! Mit dem Smartphone neue Welten erschaffen

S. 34

Ein Gespräch über die Frage, wie Mobile Reporting funktioniert und welche Chancen es bietet

Sonstiges

Im Porträt

Ausgewählte Studierende der HMS

S. 38

Auf ein Gespräch mit...

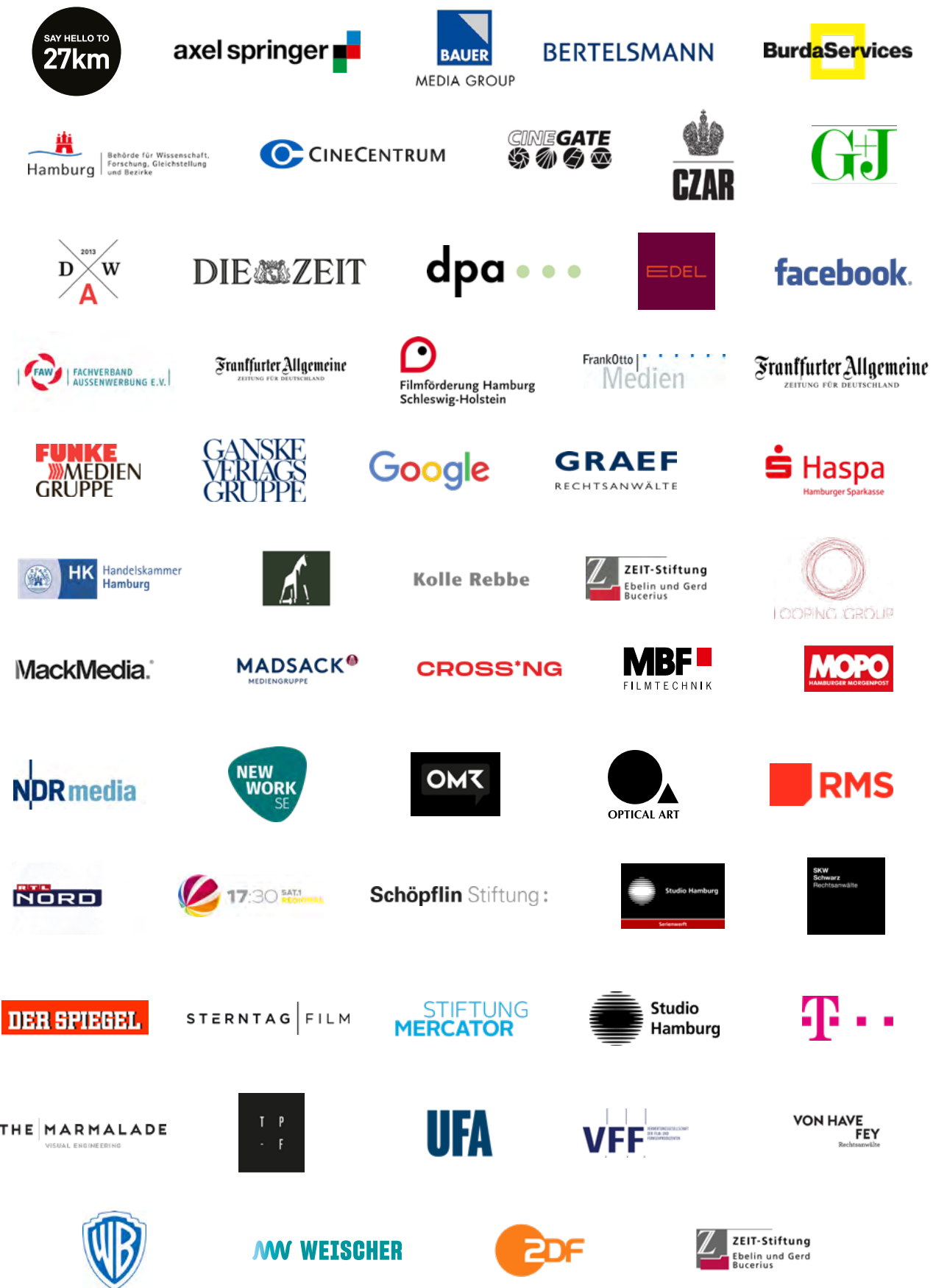
Die Gastgespräche und der Media Innovation Day bringen zahlreiche Persönlichkeiten an die HMS

S. 42

Die Förderer der Hamburg Media School

Den Wandel kreativ und innovativ mitzugestalten, die Digital- und Medienbranche zu stärken und Nachhaltigkeit und Qualität bei der Ausbildung von Talenten zu sichern – all das sind Ziele der Hamburg Media School. Das schafft sie jedoch nicht allein: Den Förderern ist es zu verdanken, dass die HMS zu einer einzigartigen Institution für die Aus- und Weiterbildung im Digital- und Medienbereich geworden ist.

Die Hamburg Media School arbeitet als Public-private-Partnership eng mit ihren Förderern und Freunden zusammen. Für eine solche Zusammenarbeit sind gleiche Ambitionen und Ansprüche unverzichtbar: höchste Qualität, professionelles Handeln und großes Engagement. All das verkörpern die Fördererunternehmen. Und das über viele Jahre. Wir sagen Danke. ♦



So nah und doch so fern – Studienstart à la Corona!



Dozent Rainer Blank begrüßt die Studierenden via Zoom

Stell dir vor, es ist Studienbeginn, und keiner geht hin. Was unwirklich klingt, ist für den Jahrgang 2022 Realität geworden.

Autorinnen: Meena Stavesand/Ronja Rabe
Fotos: Ronja Rabe

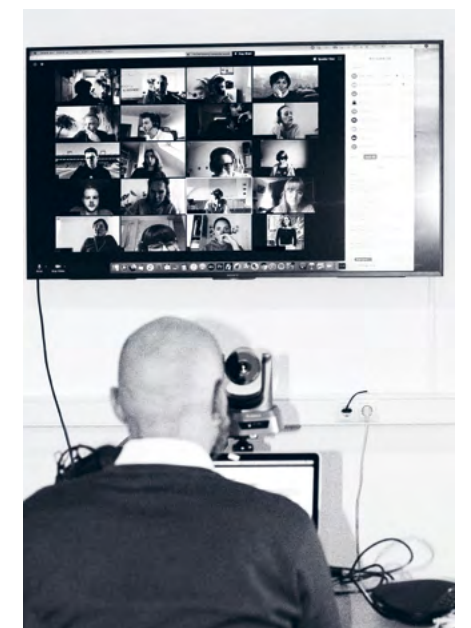
Im Oktober 2020 starten die Studierenden des Masterstudiengangs Digitaler Journalismus zwar gemeinsam in das zweijährige Abenteuer, lernen sich aber zunächst nur virtuell kennen. Auch die ersten Seminare sind ausschließlich online. Es ist ein Studienstart à la Corona. Aber: Die Gruppe fühlt sich dennoch verbunden – auch wenn sie viele hundert Kilometer trennen. Ein Grund dafür ist das hohe Engagement der Dozierenden. Sie machen alles möglich, was Monate zuvor noch unmöglich schien, um den Studierenden den Einstieg zu erleichtern.

Wie läuft so ein Seminartag virtuell ab? Morgens wählen sich alle in das Zoom-Meeting ein – und dann geht es direkt los. Nach kurzem inhaltlichen Input läuft viel in kleinen Gruppen in sogenannten Breakout-Sessions ab. Virtuelle Whiteboards zum Brainstormen schaffen Nähe. „Die Dozierenden nutzen die digitalen Möglichkeiten einfach sehr gut. Außerdem machen wir viele Pausen, da diese vor dem Bildschirm doch etwas stärker als vor Ort nötig sind“, erzählt Caspar von Allwörden – gemeinsam mit Alessa Brings der Sprecher der Studierenden des Digitalen Journalismus.

Auch die Vernetzung der Studierenden untereinander funktioniert erstaunlich gut. „Wir sind ein sehr harmonischer Jahrgang und haben ziemlich schnell eine Whatsapp-Gruppe gegründet. Wir teilen unsere Sorgen, klären offene Fragen und sind uns inzwischen schon sehr vertraut“, erzählt Alessa. „Ich habe das Gefühl, dass ich einige schon richtig gut kenne, auch wenn ich sie noch nie real gesehen habe. Ein bisschen verrückt.“

»Ich habe das Gefühl, dass ich einige schon richtig gut kenne, auch wenn ich sie noch nie real gesehen habe. Ein bisschen verrückt.«

Das Fazit dieses etwas anderen Studienstarts fällt also gut aus: „Ich hätte wahrscheinlich Bedenken gehabt, hätte ich bei meiner Zusage schon gewusst, wie die ersten Monate des Studiums aussehen würden. Das ist allerdings völlig unbegründet“, sagt Caspar, und Alessa ergänzt: „Natürlich fehlt das Zwischenmenschliche etwas, aber der Ablauf des Studiums klappt einwandfrei, die Organisation ist super – und auch bei der Qualität der Lehre entdecke ich keine Defizite.“



Ein gutes Set-up hilft bei der Übermittlung von Inhalten bei einem digitalen Seminar



Prof. Dr. Alexandra Borchardt (HMS) und Adrian Feuerbacher (NDR) eröffnen die Veranstaltung

Krisenmodus off: konstruktiver Journalismus – und was jetzt?

Die HMS organisiert mit NDR Info den zweiten Constructive Journalism Day (CJD) – mit Unterstützung der Schöpflin Stiftung. Themen: Selbstkritik, Verantwortung und Zukunft von Journalist*innen.

Autorinnen: Meena Stavesand/Ronja Rabe
Fotos: Screenshots HMS

„Die Menschen wollen nicht nur wissen, wie die Wahl ausgefallen ist. Sie wollen wissen, wie es jetzt weitergeht und wie diese polarisierte Gesellschaft in den USA wieder zusammenfindet.“ Prof. Dr. Alexandra Borchardt, Journalistin und journalistische Leiterin des Digital Journalism Fellowships an der HMS, erklärt beim Constructive Journalism Day 2020 und damit kurz nach der US-Wahl, was Medien in diesem Moment liefern müssen – und das hat viel mit konstruktivem Journalismus zu tun. Es geht nicht nur um die typischen W-Fragen: Wer? Was? Wie? Wann? Wo? Und warum? Es geht um mehr. Journalist*innen müssen die Frage „Und was jetzt?“ beantworten.



Bastian Berbner und Ellen Heinrichs diskutieren über konstruktiven Journalismus

Die Nutzer*innen wollen nicht nur über Probleme informiert sein, sondern die nächsten Schritte erfahren, Lösungen präsentiert bekommen. Für Expertin Nina Fasciaux vom Solutions Journalism Network ist klar: Die Leser*innen haben die täglich überwiegend negativen Schlagzeilen satt und wenden sich von den Medien ab. Sie rät beim Constructive Journalism Day Journalist*innen, mehr mit dem Publikum zu interagieren, Probleme zu identifizieren und Lösungen zu diskutieren.

Einer, der genau das bereits tut, ist „Zeit“-Redakteur Bastian Berbner. Er ist der Autor von „180 Grad: Geschichten gegen den Hass“ und beschäftigt sich in dem NDR-Format etwa mit der Spaltung der Gesellschaft, mit Intoleranz oder auch mit Populismus. Beim CJD appelliert er an die Verantwortung von Journalist*innen, keine unnötigen Ängste zu schüren. Und: Konstruktiver Journalismus, so Berbner, sollte im Redaktionsalltag genauso selbstverständlich sein wie investigativer Journalismus. Das Re-

sümee der nachfolgenden Podiumsdiskussion um Ellen Heinrichs, Leiterin des Digital Programming bei der Deutschen Welle: Medienschaffende dürfen das Publikum nicht unterschätzen, es möchte inspiriert werden. Gehe es in einem Artikel um Lösungen und Perspektiven, steige die Nutzungsdauer, Kommentare seien qualitativ hochwertiger und Nutzer*innen gewillter, für Journalismus zu zahlen.

Bei der Theorie bleibt es nicht. Die Vormittagstalks werden am Nachmittag durch einen interaktiven Idea-Sprint praktisch umgesetzt. Eine Gruppe entwickelt ein Format, das sich um die Frage dreht: „Was nervt dich?“ Dabei wollen sie eine konstruktive Debatte einleiten, bei der gegensätzliche Meinungen zugelassen sind. Niemand wird diskreditiert – Meinungen und Informationen werden aber journalistisch eingeordnet. Ein anderes Konzept dreht sich um Podcast – Kern dabei: die Einbindung des Publikums, um Austausch und Diskussionen über Politik zu ermöglichen. Das Thema soll dadurch greifbarer werden.

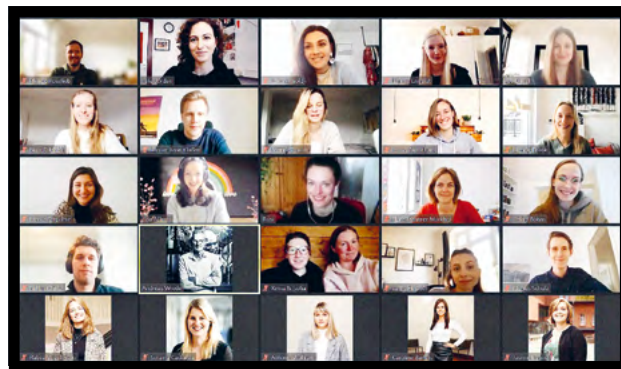
Der Constructive Journalism Day 2020 hat in seinen Talks und seinem Idea-Sprint gezeigt, dass konstruktiver Journalismus nie ohne Nutzer*innen gedacht werden kann. Durch den Austausch mit dem Publikum können Journalist*innen Themen identifizieren, einordnen und mit Hintergrundinformationen anreichern. Das stärkt das Vertrauen in die Medien und entzieht Verschwörungsideologien den Nährboden. Konstruktiver Journalismus ist daher mehr als ein Hoffnungsmacher!

2021 geht es weiter: NDR, Schöpflin Stiftung und HMS wollen ihre Zusammenarbeit fortsetzen. Der nächste Constructive Journalism Day ist für den 16. November 2021 geplant.



Nina Fasciaux (Solutions Journalism Network) nimmt aus Frankreich an der Diskussion teil

Medienreise Digital Edition: das Tagebuch



1,2,3 Screenshot! 32 Teilnehmende (MBA & EMBA Digital- und Medienmanagement) sind bei der Medienreise dabei!

Die Pandemie hat uns die Abschlussreise ins Ausland unmöglich gemacht. Das bedeutet: Medienreise – Digital Edition. Und ein kleiner Trost erreicht uns kurz vor dem Start: das HMS-Wohlfühlpaket mit Energieriegel, Pulli, Kaffeebecher und Konfetti. So lassen sich lange Zoom-Sessions gut überstehen. Schnell Laptop aufklappen, einloggen – und los geht's!

Autorin: Claudia Grosse Siemer
Fotos: Screenshots HMS, Claudia Grosse Siemer

#Montag: nextMedia, next media accelerator, Christoph Röckerath (ZDF)

Wer am Montag noch etwas müde aussieht, ist spätestens mit dem nextMedia IdeationGame munter. Der Hamburger Innovationsinkubator stellt uns vor die Aufgabe, aktuelle Problemfelder im Medienbereich zu bearbeiten und hierfür unter Zeitdruck Lösungsideen zu entwickeln. Anschließend lernen wir den next media accelerator kennen. Beide Innovationsförderungen teilen sich den Namen, sind aber grundverschieden. Nicht die kreative Ideenentwicklung, sondern die Wachstumsförderung von Start-ups steht beim Accelerator im Fokus. Da passt es gut, dass sich vier Start-ups aus der Förderung vorstellen: helloguide, scriptbakery, aiconix.ai und tebeox. Die thematische Vielfalt reicht von KI-getriebenen B2B-Lösungen bis hin zu einer Software zur digitalen Textanalyse für die Verlagsbranche. So mancher mag sich nun angespornt fühlen, selbst zu gründen.

Am späten Nachmittag empfangen wir einen Gast, mit dem ein Hauch Brasilien in unsere Arbeitszimmer weht. Gespannt verfolgen wir Christoph Röckraths Bericht über sein Leben als Südamerika-Korrespondent und Leiter des ZDF-Studios in Rio de Janeiro. Die aufgeschlossenen Brasilianer*innen erleichtern ihm seinen Job: „Die Menschen erzählen hier gern.“



Goodie Bag für eine erfolgreiche Medienreise

#Dienstag: Tinder, ProSiebenSat.1, Warner Bros., G+J

„Wer von euch nutzt Tinder?“, fragt HMS-Alumna Marie-Josephine Ludwig (Brand Marketing Managerin bei Tinder) in die Runde. So manchem steigt etwas Röte ins Gesicht. Oder liegt das an der schlechten Beleuchtungssituation? Ebenfalls romantisch geht es bei der Vorstellung von ProSiebenSat.1 weiter. Das Medienunternehmen investiert in sein Dating-Portfolio, zu dem auch die Parship Group gehört. Weiterhin spielt auch die Entwicklung digitaler Kurznachrichten in Verbindung mit KI-Software eine wichtige Rolle. Auf diese Weise können News „snackable, smart und schnell“ an die Leser*innen ausgespielt werden.

Mit dem Film- und Fernsehunternehmen Warner Bros. blicken wir auf die bedeutendste Veränderung in der Branche – die Entwicklung hin zu Direct-to-Consumer-Angeboten. Damit sind Streamingdienste gemeint wie Warner's HBO Max. Aber ist es überhaupt sinnvoll, in diesen umkämpften Markt zu gehen? Nach der Gruppenarbeit finden wir eine Antwort darauf: Warner Bros. muss, um wettbewerbsfähig zu bleiben, sein Video-on-Demand-Angebot ausbauen, seine Ressourcen nutzen und exklusive Inhalte bereitstellen.

Warum Werbung für Podcasts mitunter schwierig sein kann, erzählt uns Linus Günther, HMS-Alumnus und Podcast-Manager bei G+J. Denn Podcast-Hoster stellen nur unzureichende Datenauswertungen zur Verfügung. Linus berichtet außerdem von seinem Traineeship bei G+J. Es folgen Fragen rund um den Berufseinstieg. Da wir alle in der Endphase unseres Studiums stecken, gibt die Q&A-Session Orientierung.

#Mittwoch: Innogames, Storymachine, Queue-it

Die Spielebegeisterten unter uns freuen sich auf Innogames, eine Branchengröße im Bereich der Browser-Strategiespiele. Das Unternehmen beschäftigt 400 Mitarbeitende und zählt Diversität und Toleranz zu den wichtigsten Werten. Das gefällt. Unterhaltsam ist, dass wir während der Präsentation immer wieder eine Runde Quiz-Time spielen.

Mit Storymachine erwartet uns eine Social-Media-Agentur, die normalerweise nicht viel von sich preisgibt. Umso erstaunter sind wir, dass uns Geschäftsführer Philipp Jessen mit drei Mitarbeitenden virtuell besucht. Er spricht über die Arbeitsweise der Agentur und den Anspruch, die Probleme der Kund*innen zu durchdringen: „Wir wollen ein Gespräch auf Augenhöhe führen.“ Wer gehört zu den Kund*innen? Das bleibt ein Geheimnis. Es folgt ein Workshop, bei dem wir Shitstorms analysieren und Lösungen zur Eindämmung erarbeiten. Storymachine überzeugt die eingefleischten Journalist*innen unter uns. Ob man eine Bewerbung riskieren kann? Unbedingt.

Glaubt man einigen Studien, dann gehört Kopenhagen zu den lebenswertesten Städten der Welt. Dass es Janina Münz ausgerechnet dorthin verschlagen hat, verwundert kaum. Sie arbeitet als Business-Development-Managerin bei Queue-It, einem Start-up für digitale Warteräume. „Kann ich auch mit wenig IT-Knowhow einen Jobeinstieg im Technologiemanagement schaffen?“, lautet eine Frage. „Es hängt von der Lernmotivation ab“, antwortet Janina. Die Präsentation stimmt nachdenklich. Welche Kompetenzen brauche ich für den Traumjob?

#Donnerstag: Otto, Pulse Advertising, New Work

Wir starten mit Anne Remy (Pressesprecherin Handel & Marktplatz) und Ingo Bertram (Pressesprecher) von der Einzelhandelsgesellschaft Otto. „Was verbindet ihr mit dem Namen Otto?“, fragen die beiden. Unsere Antworten reichen von „meine schönen Balkonmöbel“ über „die alten Otto-Kataloge“ bis zu „Hermes & About You“. Im Hinblick auf die digitale Transformation hat das Unternehmen alles richtiggemacht, finden wir. Der Schritt vom Katalogunternehmen zum digitalen Handelsplatz ist gelungen. Zum Schluss gibt's einen Workshop, in dem wir neue Podcast-Formate entwickeln.

Bei der Unternehmenspräsentation von Pulse Advertising werden wir richtig gefordert. Chris Kastenholz, Co-Gründer der internationalen Influencer-Marketing-Agentur, spricht schnell, wissend und mit analytischer Schärfe über die neuen Trends im Online-Marketing-Business.

Von der Agenturbranche wechseln wir zur Social-Media-Branche – genauer gesagt: der New Work SE, die unter anderem das Geschäftsnetzwerk XING und das Kundenbewertungsportal Kununu betreibt. Marc-Sven Kopka (Vice President External Affairs) nimmt die aktuelle Corona-Situation und die Auswirkung auf die Arbeitswelt in den Blick: „Das Gemeinsame geht verloren.“ Es müsse wieder reale Arbeit stattfinden, bei der sich Menschen treffen und austauschen.



Mit Fruit Bowls lebt es sich auch im Home-office gut...

»Es hängt
von der
Lernmotivation
ab.«

»Ich wünschte,
ich hätte einige
Entscheidungen
mutiger
getroffen.«



...und Kaffee darf natürlich auch nicht fehlen

#Freitag: Altman Solon, MackMedia, DEBA Employer Branding, Thomas Hayo

„It's Quiztime“ heißt es bei der Unternehmensberatung Altman Solon. „Mal sehen, ob ihr unsere Bestzeiten schlagen könnt“, spornt uns HMS-Alumnus Pascal Stefan an. Die Ansage weckt unseren Kampfgeist. Am Ende schaffen es fünf Studierende auf das Siebertreppchen. Der Gewinn: ein zwölfmonatiges Abo der „New York Times“. Die Unternehmenspräsentation mit Quiz und Workshop hinterlässt einen sympathischen Eindruck. Beratung kann cool sein.

Der Europapark in Rust ist eine Institution unter den Vergnügungsparks. Manche unter uns kennen ihn aus der Kindheit. VR-Achterbahnen kennen viele von uns aber nicht. Die gibt es heute im Park. Hinter den VR-Erlebnissen steckt die hauseigene Agentur MackMedia, die innovative Medieninhalte, Themenparkdesigns und medienbasiertes Entertainment entwickelt. Wir staunen über den Einfallsreichtum und Innovationsgeist der Agentur.

Kreativ und strategisch geht es mit der Beratung DEBA Employer Branding weiter. Das Arbeitgeber-Markendenken steht im Fokus des Unternehmens. Branchenweit gehören sie zu den Pionieren. Dank Marcus Merheim (Director Marketing & Growth) ist es ein kurzweiliger Vortrag.

Ein wenig aufgeregt sind wir dann schon. Thomas Hayo besucht uns nicht jeden Tag. Viele unter uns kennen ihn vor allem als Juror aus „Germany's Next Topmodel“. Thomas hat aber eigentlich einen ganz anderen Job: Er ist Fotograf und Schauspieler. Seinen Lebensmittelpunkt hat Thomas in New York. Man spürt, dass er das, was er tut, lebt und atmet. Er erzählt offen, wie es ihm anfangs im großen New York erging, und ist bis heute sehr selbstkritisch mit sich: „Ich wünschte, ich hätte einige Entscheidungen mutiger getroffen.“ Still denken wir uns, dass das jemand sagt, der in seinem Leben besonders viel Mut bewiesen hat. Vielleicht treibt uns Thomas' Besuch an, selbst noch mutiger zu sein.

Den Abend lassen wir schließlich mit Flammkuchen, Cocktails und Onlinespielen ausklingen. Es war eine lange Woche voller Informationen, Anregungen und Perspektiven. Wir sind durch Verlage, Agenturen, soziale Netzwerke, Beratungen und Filmgesellschaften gereist und haben dabei einen bunten Mix an Themen wie Virtual Reality, Employer Branding, Strategie-Management, Podcasting und Gründung mitgenommen.

Praxisprojekt für Herz und Sinne – und eine Erfahrung fürs Leben!



Das Team: Benedikt Schnorpfeil, Lamar-Aron Klaßen, Jan Kretsch und Robin Kuhlmann

Schnell ist den vier Kommilitonen Lamar-Aron Klaßen, Jan Kretsch, Robin Kuhlmann und Benedikt Schnorpfeil aus dem Masterstudiengang Digital- und Medienmanagement klar, dass ihr Praxisprojekt mehr ist als eine reine Studienaufgabe. Sie unterstützen ein Musikprojekt für gehörlose Kinder.

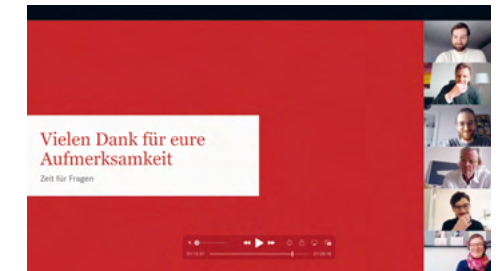
Autorin: Farah Forootan
Fotos: Screenshots HMS

Das Projekt „Aus der Stille in den Klang“, das Lamar-Aron, Jan, Robin und Benedikt mit ihrer Expertise unterstützen, ist eine neue Initiative der gemeinnützigen Organisation Aktion Kindertraum. Es geht um die Sprachentwicklung von gehörlosen Kindern durch Geigen- und Klavierunterricht. Das Musizieren und das Hören von Tönen wird durch gezielten Instrumentalunterricht vermittelt. Die Kinder tragen dafür ein Cochlea-Implantat, das Audiosignale an das Gehirn überträgt. Die Idee entsteht aus einem persönlichen Schicksal: Die Leiterin des Projekts, Elena Kondraschowa, entwickelt es, als sie ihrer schwerhörigen Schwester Geigenunterricht gibt, damit sie das Instrument trotz der körperlichen Einschränkung genauso spielen kann wie sie selbst.

Doch damit die Initiative weiterlaufen kann, müssen Wissenschaft und Öffentlichkeit von dem innovativen Konzept erfahren – und da kommen die Studierenden aus dem Digital- und Medienmanagement ins Spiel. Ihre Aufgabe: ein konkretes Kommunikationskonzept entwickeln, um „Aus der Stille in den Klang“ bekannt zu machen. In vier Schritten wollen sie das erreichen – durch Onlineformate, Presse und Fachmedien.

Fachlich hat die Praxisarbeit die Studierenden vor allem bei dem Thema Projektmanagement und der Entwicklung von Kommunikationsmaßnahmen weitergebracht. Persönlich bewegt Lamar-Aron aber noch etwas anderes: „Mir war vorher nicht wirklich bewusst, wie wichtig und gesellschaftsrelevant die Integration von Gehörlosen ist. Die Haltung ‚Der ist gehörlos, der hat mit Musik nichts zu tun‘ ist einfach falsch – man muss nur Mittel und Wege finden, um diese Kinder teilhaben zu lassen. Dafür ist Musik ideal. Das soziale Thema hat uns direkt begeistert. Wir waren emotional sehr involviert. Es muss nicht immer das große Medienunternehmen sein. Für mich persönlich ist es schöner, wenn der gemeinnützige Aspekt im Vordergrund steht.“

Auch wenn das Praxisprojekt für die vier Kommilitonen zu Ende ist, verfolgen sie „Aus der Stille in den Klang“ weiter.



Die Abschlusspräsentation findet via Zoom statt

Was ist ein Praxisprojekt?

Königsdisziplin und Höhepunkt des Studiums sind die drei Praxisprojekte im zweiten Jahr des MBA-Studiums. In den jeweils dreimonatigen Consultingprojekten für namhafte Digital- und Medienunternehmen entwickeln die Studierenden in Teams anwendungsorientierte Lösungen für strategische und operative Themen aus allen Bereichen der Branche. Die Projekte dienen der systematischen Praxisintegration der Theorie und helfen beim Ausbau des eigenen Branchennetzwerks.

Licht aus – Spot an!

Aktuelle Filmprojekte der HMS-Masterstudierenden

Fotos: Hamburg Media School

Studiengänge



Stadtmusik

Autor: David M. Lorenz
Regie: Elsa Damke
Kamera: Oliver Kiedos
Produktion: Nadezda Bobyleva

Eine hochsensitive Komponistin kämpft gegen eine Deadline, gegen sich selbst und gegen einen unerbittlichen Gegner: den Lärm der Großstadt.



Unter Wasser

Autorin: Sophie Dittmer
Regie: Frederic Kau
Kamera: Alexander Gruber
Produktion: Christian Siée

Inmitten der leistungsgetriebenen Welt des Schwimmsports muss Elea sich die schwierige Frage stellen: Wie weit will sie gehen, um ihren olympischen Traum zu verwirklichen?



The Clown Wars

Autorin: Julia Mergel
Regie: Elena Nyffeler
Kamera: Maximilian Hock
Produktion: Lisa Carlsensen

Bei der Aufnahmeprüfung einer altherwürdigen Clownsschule lernt Konny nicht nur sein Talent zu schätzen, sondern auch den Konkurrenzkampf unter Gleichgesinnten kennen. Schon bald entspringt ein episches Duell zwischen ihm und seiner Mitstreiterin Dimples und durchmischt die Welten von Realität und Fantasie.



Unerreichbar

Autor: Nick Buckenauer
Regie: Elena Weiß
Kamera: André Stahlmann
Produktion: Laurian Schymura

Rike hat bei einer ihrer Radtouren im Wald einen schweren Unfall. Zurückgeworfen auf ihre eigene körperliche Stärke und ohne jegliche technische Hilfsmittel kämpft sie in einem Akt enormer Kraftanstrengung um ihr Überleben.



Unbekannt Zimmer 147

Autor: Alexander Schmid
Regie: Tamara Denic'
Kamera: Matthias Pöltinger
Produktion: Paula Martin-Karg

Die Wege der jungen Krankenschwester Larissa und des Obdachlosen Peter treffen sich immer wieder. Ein Albtraum lässt Larissa mit einem mulmigen Gefühl zurück und führt sie am nächsten Tag ein letztes Mal zu Peter.



Untergrund

Autor: Jana Forkel
Regie: Stephanie Olthoff
Kamera: Alexander Friedrich
Produktion: Lea Wang

Eine trauernde Mutter findet nach dem Verschwinden ihres Sohnes ein mysteriöses Loch in ihrem Garten, das sie nach und nach immer mehr in den Bann zieht.

Studiengänge

Die Macher*innen von „I AM“:

»Es war ein Privileg, diesen Film in dieser Zeit drehen zu können«



Ein Gespräch über den erfolgreichen HMS-Abschlussfilm „I AM“ – bedeutungsvoll, unkonventionell und außergewöhnlich!

Fotos: Lena Katharina Krause, Max Ophüls Film Festival Peis 2020, Clemens Porikys, Eicke Riggers

Die Filme, die die Studierenden des Masterstudiengangs Film an der Hamburg Media School jedes Jahr drehen, sind international meistens sehr erfolgreich. Auf den 2020 produzierten Kurzfilm „I AM“ trifft das ganz besonders zu. Regisseur Jerry Hoffmann, Creative Producerin Stella Flicker, Drehbuchautor Florens Huhn und Kamerafrau Lena Katharina Krause haben einen Arthouse-Science-Fiction-Thriller mit Horror-Elementen geschaffen, in dem es um eine sonderbare Beziehung zwischen Mensch und Maschine geht. Die zurückgezogen lebende Noé findet eine reglose Androidin im Wald und nimmt sie mit nach Hause. Sie schafft es, diese zu reaktivieren – und beide lernen sich kennen. Viel zu spät realisiert Noé, dass die Androidin ihre Persönlichkeit kopiert.

Die Weltpremiere des Films fand auf dem Max Ophüls Festival im Wettbewerb Kurzfilm statt. Der Film lief und läuft seitdem auf diversen Filmfestivals – darunter die Oscar® Qualifying Festivals Cleveland IFF, Cinequest, LA Shorts und Karlovy Vary IFF. Außerdem ist der Film 2021 für den First Steps Award in der Kategorie Mittellanger Film nominiert und gerade als Finalist der 48th Student Academy Awards ausgewählt worden.

Mit Regisseur Jerry Hoffmann und Creative Producerin Stella Flicker haben wir über den Film und die Produktion gesprochen.

Was hat euch an der Geschichte fasziniert?

Stella Flicker: Als Lena, Florens, Jerry und ich anfangen, die Geschichte für „I AM“ zu entwickeln, wussten wir, dass wir alle eine Faszination für künstliche Intelligenz teilen. Was uns beschäftigte war vor allem, dass Wissenschaft und Technik immer noch größtenteils von *weißen* Männern dominiert werden. Die Sprachassistenten Siri, Alexa und Co. sind nicht nur unterwürfig und passiv, sie tragen auch alle eine weibliche Stimme. Die ersten humanoiden Roboter waren weibliche Androiden, gebaut von männlichen Wissenschaftlern. Die Menge an überholten weiblichen Geschlechterrollen im Bereich der künstlichen Intelligenz ist offensichtlich und aus unserer Sicht sehr problematisch. Auch deshalb war Inklusivität eine der Hauptantriebskräfte, um diese Geschichte zu erzählen.

Jerry Hoffmann: Eine Science-Fiction-Geschichte mit zwei Schwarzen weiblichen Hauptdarstellerinnen ist in Deutschland noch nicht produziert worden. Sie fehlen grundsätzlich in einigen Genres. Es ging uns darum – während einer weltweiten Pandemie – einen Film zu machen, der Bedeutung hat, der anders ist. Der Mangel Schwarzer Schauspieler*innen in Hauptrollen im europäischen Kino ist erschreckend. Es war ein Privileg, diesen Film überhaupt in dieser Zeit drehen zu können – umso wichtiger war es uns, eine



Das Team (von links): Florens Huhn, Stella Flicker, Lena Katharina Krause, Jerry Hoffmann

EIN HMS-ABSCHLUSSFILM

Geschichte zu erzählen, die wir für erzählenswert halten. Die Umstände haben besondere kreative Potenziale freigesetzt.

Erzählt uns mehr über die Besetzung.

Hoffmann: Als wir das Drehbuch zu dem Film zur Finanzierung an Sender und Produzent*innen geschickt haben, gab es auch Rückmeldungen, die erschreckend waren. Obgleich alle von der Geschichte begeistert waren, wurde zum Beispiel angezweifelt, ob wir diese zwei Hauptrollen in Deutschland finden würden. „Ein Kammerenspiel, in dem es ja wirklich nur die beiden gibt, die müssen schon besonders gute Schauspielerinnen sein. Wird man die finden?“ Der Rassismus, der sich hier offenbarte, war maskiert/uneindeutig. Niemals würde man in Deutschland ein Kammerenspiel mit zwei *weißen* Schauspielern entwickeln und anzweifeln, dass man diese auch findet. Gemeinsam mit der Casterin Lisa Stutzky waren wir umso erpichter darauf, diesen Aussagen etwas entgegenzusetzen. Wir haben einen offenen Casting-Aufruf über Social-Media-Plattformen gestellt und aus Deutschland, Österreich und der Schweiz mehr als 160 E-Castings von fantastischen Schwarzen Frauen erhalten. Schauspielerinnen, von denen ich zum Teil noch nie gehört habe, die mit großer Spielfreude und Talent unserem Aufruf gefolgt sind. Ein Aufruf, in dem es wohlgemerkt um die Rolle in einem unbezahlten Hochschulfilm ging. Die Sehnsucht, eine komplexe Figur zu spielen, die nicht auf ihre Hautfarbe reduziert wird, war von allen Bewerberinnen groß. Mich hat der ganze Prozess bewegt und noch einmal mehr darin bestärkt, der endlosen einseitigen Besetzung in deutschen und europäischen Filmen etwas entgegenzusetzen. Denn: Es gibt sie. Sie werden nur nicht besetzt. Mit „I AM“ wollten wir einen Beitrag zu einer neuen Selbstverständlichkeit leisten.

Flicker: Unsere Hauptdarstellerinnen Sheri Hagen und Melodie Wakivuamina waren ein wahres Geschenk für diesen Film. Ihre eingesandten Casting-Videos waren schon vielversprechend, und die Chemie

beim ersten Live-Casting hat uns gezeigt, dass die beiden Noé und Ela spielen müssen. Die beiden Frauen sind unglaublich talentiert, und es war eine wahre Freude, mit ihnen zu arbeiten. Es ist auch eine Ehre, dass wir den großartigen Schauspieler Andreas Grötzinger für die Rolle des „Mannes“ gewinnen konnten – eine Figur, von der man nicht einmal ein Gesicht sieht.

Wo habt ihr gedreht? Wie lange hat der Dreh gedauert?

Flicker: Nach dem ersten Drehtag auf dem Gelände vom Studio Hamburg sind wir mit unserer rund 25-köpfigen Produktionscrew in eine niedersächsische Kleinstadt gezogen, wo wir – nach langer und intensiver Recherche und Locationscouting – die perfekte Hütte im Wald für die Geschichte von „I AM“ gefunden hatten. Wir waren 16 Tage und Nächte da und ha-

Das sagen die beiden Alumni zum Filmstudium an der HMS

Flicker: Die Mischung aus Praxis und Theorie, zusammen mit den breit gefächerten Unterrichtsinhalten der vielen Dozierenden aus verschiedenen Bereichen hat mich wirklich sehr bereichert. Besonders wertvoll sind für mich auch die neu gewonnenen Beziehungen und Freundschaften unter uns Alumni, die mir viel an Inspiration, Motivation und Zuversicht geben.

Hoffmann: Ich hatte zuerst in Los Angeles ein Jahr Regie im Master studiert und stand zurück in Deutschland dann vor der Frage, ob ich noch einmal studiere oder frei Filme mache. Das Studium an der HMS klang perfekt: praxisnah, Abschluss in nur zwei Jahren, Drehs von drei bis vier Filmen und Hands-on. Mit tollen Dozierenden, die oft selbst noch fest im Beruf stehen. Ich hätte mir nicht vorstellen können, noch einmal fünf Jahre zu studieren, wie es an anderen Filmhochschulen der Fall ist, und ich fand es schön, dass alle Studierenden mit viel Vorerfahrung und meist einem abgeschlossenen Vorstudium beginnen. Die Menschen, mit denen man studiert, können natürlich kein Kriterium sein. It's Roulette. You never know. Am Ende waren aber genau diese Menschen, meine Regieklasse (shoutout!) und eben meine Teams, der größte Segen. Hier gab es das meiste Wachstum und die wildeste Bereicherung. Freundschaften. Ich werde die Zeit und die Menschen nie vergessen.



Schauspielerin Melodie Wakivuamina und Regisseur Jerry Hoffmann



Szene aus dem Film

EIN HMS-ABSCHLUSSFILM

ben in rustikalen Hotels in der Umgebung geschlafen. Wir haben viele Szenen in der Nacht gedreht – und den plötzlichen Temperaturwechsel von Sommer zu Herbst zu spüren bekommen.

Wie hat sich die Corona-Pandemie auf das kreative Schaffen ausgewirkt?

Hoffmann: Da wir unseren Film während einer weltweiten Pandemie gedreht haben, war es total außergewöhnlich und teilweise auch absurd, sich in dieser Zeit mit Kunst beschäftigen zu dürfen. Man stand täglich im Diskurs, ob das, was man tut, angemessen ist, ob man der Welt damit hilft. Ob man nicht lieber die Produktion abbricht und ehrenamtlich etwas tut. Tatsächlich hat uns diese Arbeit aber alle auch zum Glück sehr beschäftigt. Während vielen schon die Decke auf den Kopf fiel, Jobs abgesagt worden sind oder das Homeoffice einengend wurde, waren wir bis in den Dezember 2020 mit unserem Film und dem Abschluss beschäftigt. Insofern bin ich im Nachhinein fast dankbar, in so einem intensiven künstlerischen Projekt gewesen zu sein, auch wenn die Hürden natürlich doppelt so hoch waren, was etwa die sich regelmäßig ändernden Hygienebedingungen und Produktionsplanungen anging. Wir träumen zum Beispiel immer noch von einer wirklichen Kinopremiere, mit Freunden, Familie und vor allem unserem Team. Die gab es noch nicht.

Worauf seid ihr bei diesem Kurzfilm besonders stolz?

Flicker & Hoffmann: „I AM“ ist mutig und außergewöhnlich. Wir sind stolz darauf, dass wir es zu viert geschafft haben, einen Kurzfilm zu machen, den es in dieser Art in Deutschland noch nicht gegeben hat. Wir sind stolz auf die tollen Schauspielerinnen und ihre umwerfenden Leistungen. Wir sind stolz auf uns selbst, auf die Überwindung der nicht enden wollenden Hürden bei der Produktion dieses Films in einer Zeit der Unsicherheit. Aber vor allem sind wir dankbar für jedes einzelne Teammitglied und alle Unterstützer*innen, die den ganzen Weg mit uns gegangen sind und diesen Film möglich gemacht haben.

Was sind eure aktuellen Projekte, und was habt ihr in Zukunft vor?

Flicker: Ich hoffe sehr auf weitere gemeinsame Projekte mit meinen gefundenen Partner*innen!

Hoffmann: Ich auch!

Flicker: Wir haben bereits unseren Erstsemesterfilm „MALL“ in der gleichen Konsellation produziert und ich habe dabei die harmonische, kreative und reibungsvolle Zusammenarbeit sehr zu schätzen gelernt. Seit meinem Abschluss an der HMS arbeite ich bei der Hamburger TV-Serie „Notruf Hafenkante“ der Letterbox Filmproduktion und entwickle nebenbei eigene Projekte.

Hoffmann: Ich habe enorm viel von diesen drei Menschen gelernt, dafür bin ich besonders dankbar. Und ich hoffe, dass wir noch lange und immer wieder zusammenarbeiten. Ich bin ja selbst auch Schauspieler. Gerade habe ich eine internationale Netflix-Serie in der Türkei abgedreht, und jetzt bereite ich weitere eigene Projekte vor. ♦

Möge die Macht der Werbung mit Euch sein!

Autorin: Farah Forootan
Fotos: Hamburg Media School

WOW! Beim Masterstudiengang Werteorientierter Werbefilm (WOW) ist der Name Programm. Aber das ist nicht alles. Im Mittelpunkt steht das großartige Ziel des Studiums, das 2020 seine ersten Absolvent*innen verabschiedet hat: Seitdem arbeiten sie als M.A. Creative Producer und drehen Werbefilme, die auf gesellschaftliche Entwicklungen und Missstände aufmerksam machen, nachhaltig produziert werden und zum Nachdenken anregen.

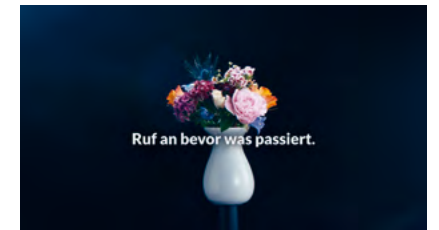
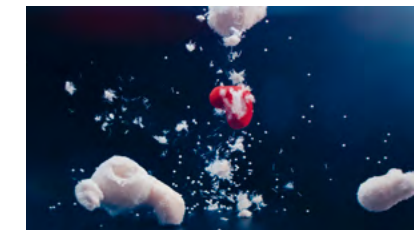
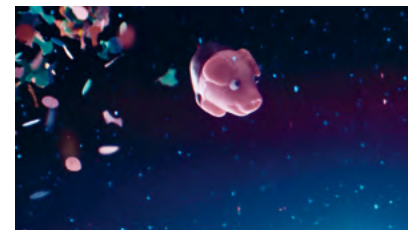
Für ihren Abschluss hatten sie sich mit Entrepreneurship, Storytelling, Produktion und Marketing, digitaler Transformation sowie Werbe- und Marketingpsychologie beschäftigt und jeweils einen Werbefilm gedreht sowie eine weitere Kampagne konzipiert. Prof. Richard Reiting, Künstlerischer Leiter der HMS, fasst die Idee des Studiums zusammen: „Wir wollen die Macht der Werbung und die Macht der Wirtschaft gemeinsam dafür einsetzen, Menschenrechte und Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln.“

Das Studium ist gebührenfrei und wird inhaltlich und finanziell von renommierten Werbeunternehmen, Agenturen und Filmproduktionen gefördert. Dazu zählen 27 Km Film, Anorak, Bubbles, Czar Film, Kolle Rebbe, Jung von Matt, Markenfilm, Sterntag Film, The Marmalade, Tony Petersen Film, TWF Verwertungsgesellschaft, Weischer.Cinema und Zauberberg. Am Ende des ersten Jahrgangs stehen die fertigen Werbefilme, die auf dem Youtube-Kanal der HMS zu sehen sind – Anschauen lohnt sich!



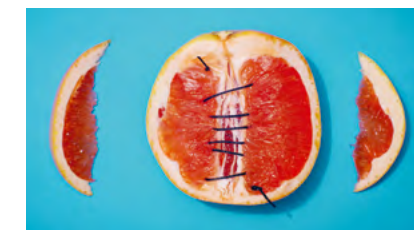
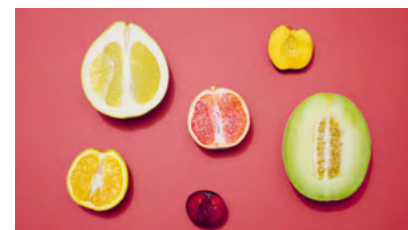
Spot/Kunde: Sei faul. Mach's selbst. – fairment

Produzentin: Lili Villányi



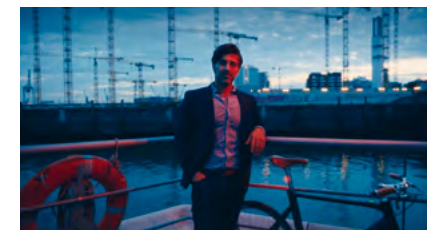
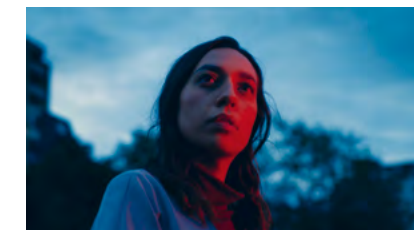
Spot/Kunde: Bevor was passiert – BIOS BW e.V.

Produzent: Maik Lüdemann



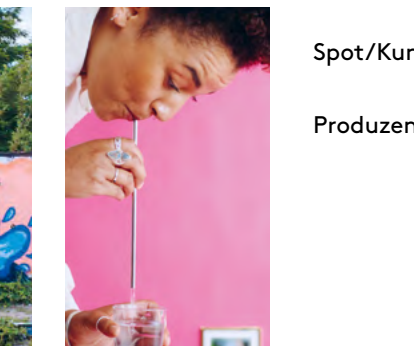
Spot/Kunde: #TheOtherVulva – NALA e.V. & Plan International

Produzentin: Sarah Fürstenberg



Spot/Kunde: What drives you? – Schindelhauer

Produzentin: Leandra Muckel



Spot/Kunde: #TapWaterChallenge – Viva con Agua e.V.

Produzentin: Andre Menke

Auslandssemester während Corona – ein Gespräch über eine besondere Zeit in Hongkong

Ein Interview mit
Benita Liere

Fotos: Benita Liere

Benita Liere macht gerade ihren Bachelor im Studiengang Digital Media. Im Januar 2021 ist sie trotz Corona nach Hongkong gegangen, um am Austauschprogramm mit der School of Creative Media der City University of Hong Kong teilzunehmen. Die ersten drei Wochen musste sie erst einmal in einem Quarantänehotel verbringen. Was sie noch erlebt hat und warum sie sich für Hongkong entschieden hat, hat sie uns im Gespräch erzählt.



Benita Liere, Studentin
Digital Media

Warum hast du dich für das Austauschprogramm entschieden?

Was mich vor allem begeistert hat, ist der große Praxisbezug in der Lehre, den man hier hat. Man kann zum Beispiel in Richtung Animation oder Musik gehen und da etwa auch Musikproduktion oder Recording auswählen. Ich selbst will in Richtung Film gehen. Außerdem lebe ich generell lieber im Ausland als in Deutschland – und das auch gerne länger als nur ein paar Wochen Urlaub. So, dass man sich gut einleben und Kontakte knüpfen kann und die Kultur wirklich mitbekommt. Und nicht zu vergessen: Es ist natürlich cool, dass man hier zwei Bachelorabschlüsse macht, obwohl man jeweils nur vier Semester an den beiden Unis gemacht hat. Acht Semester insgesamt.

Bist du das erste Mal in Hongkong?

Ja: das erste Mal Hongkong, das erste Mal in Asien überhaupt. Und Hongkong ist gerade in einer sehr interessanten Phase, weil jetzt der Übergang von britischer Kolonie zum chinesischen Hongkong stattfindet. Und deswegen ist es politisch aktuell sehr spannend.

Und wie war die erste Zeit für dich?

Ich bin ja im Januar angekommen und musste drei Wochen in Quarantäne gehen. Ich hatte währenddessen sowohl Kurse an der HMS/Leuphana als auch schon Kurse hier an der Uni. Das heißt, ich war von Anfang an beschäftigt, weil sich die zwei Semester in der Zeit überlappen, und hatte nicht viel Freizeit. Zu der Zeit war aber eh alles wegen Corona eingeschränkt, viele der Freizeitangebote waren geschlossen. Aber zum Sommer hin hat es sich alles etwas gelockert, und wir konnten dann mehr und mehr machen und hatten die Chance, uns in Hongkong umzuschauen.

Was war im Nachhinein die größte Hürde für dich?

Nach der Ankunft auf jeden Fall die Uni-Deadlines aus dem ersten Semester an der HMS/Leuphana. Ansonsten war es natürlich schwierig, dass die Seminare und Veranstaltungen anfangs nur online stattgefunden haben. Aber ich habe durch die digitalen Gruppenprojekte ein paar Leute kennenlernen können. Leider hatte man nicht wirklich die Chance, sich mit den einheimischen Studierenden zu unterhalten. Aber das war auch nur die ersten Wochen so. Also ich würde sagen, Ende Februar hatte ich dann schon gut Anschluss gefunden. Man darf auf jeden Fall nicht schüchtern sein.

Wie unterscheidet sich das chinesische Uni-Leben vom deutschen?

Es gibt auf jeden Fall weniger Partys. Clubs sind zwar schon offen, aber so richtige Studi-Partys fehlen. Ansonsten ist die Uni relativ eingeschränkt, man hat auf dem Campus nicht so viel Bewegungsfreiheit. Es gibt hier überall Drehkreuze, man muss sich dann mit seinem Studierendenausweis einchecken. Ich könnte wegen Corona auch in keines der anderen Wohnhäuser gehen. Aber wir haben mittlerweile viele Präsenzveranstaltungen, mehr als in

Deutschland. Bis zu 50 Leute dürfen zusammen eine Veranstaltung besuchen.

Was machst du in deiner freien Zeit? Was kann man in Hongkong unternehmen?

Wir waren öfter am Strand und sind schwimmen gegangen. Essen gehen kann man hier auch richtig gut. Es gibt verschiedene asiatische Küchen, man bekommt hier echt gutes Essen. Und ein Tipp von mir: Nehmt auf jeden Fall eine Kamera mit. Es gibt hier so viele schöne Fotomotive in der Natur. Ich habe letzts Papageien fotografiert, und auch die Stadt ist sehr fotogen. Kinos, Konzerte, Filmfestivals und Museen besuche ich hier ebenfalls oft. Und Sport kann man hier gut machen.



Blick vom Dach der City U



Old Meets New

Creditpoints ist. Aber das möchte ich auf jeden Fall machen! In der Zwischenzeit kann ich Tandems mit Einheimischen bilden. Auch die Schrift will ich lernen.

Was glaubst du vom Austausch mitnehmen zu können?

Auf jeden Fall ein Verständnis der chinesischen Kultur und im Großen und Ganzen auch der asiatischen Kultur. Und ich weiß, dass ich auf jeden Fall wieder zurückkommen will. Ich genieße es hier sehr. Und ich habe sehr besondere Menschen kennengelernt, die ich in vier, fünf Jahren wiedersehen möchte. Außerdem nehme ich viel Wissen mit, was ich in der Theorie nicht hätte lernen können – nicht nur Uni-Inhalte, sondern generell Lebenserfahrungen, die ich hier mache.

Hast du Tipps für Studierende, die das Austauschprogramm machen möchten?

Generell sollte man sehr offen sein und auf Menschen zugehen. Und sich mit den Menschen, die schon hier vor Ort sind, in Verbindung setzen. Es ist gut, wenn man weiß, was auf einen zukommt. ♦

Wie lange bist du noch da? Steht noch etwas Besonderes an?

Ich bin noch bis Januar 2023 da. Ich habe aber überlegt, zwischen meinem letzten Semester hier und meinem Abschlussemester an der HMS/Leuphana noch ein Praktikum in Hongkong zu machen. Dann könnte ich bis Ende März hierbleiben. In der Vergangenheit haben Studierende auf jeden Fall schon mal verlängert.

Kannst du Chinesisch, oder verständigst du dich auf Englisch?

Man kann hier alles auf Englisch machen, aber ich will super gerne noch etwas Kantonisch lernen. Ich habe überlegt, mich hier an der Uni für einen Kurs anzumelden. Ich muss schauen, wie es mit den

Der Jahrgang der Herzen



Dr. Katharina Schaefer und Malte Winter eröffnen die Veranstaltung

Die virtuelle Zeugnisverleihung schafft Nähe und Emotionen.

Autorinnen: Meena Stavesand/Ronja Rabe
Fotos: Screenshots HMS

In jeder Herausforderung steckt eine Chance. Im Corona-Jahr 2020 wird dieser Satz immer mehr zum Motto. Während Seminare, Studiengespräche und Info-Abende nur noch digital stattfinden, rückt ein großes Event immer näher: die Zeugnisverleihung des Abschlussjahrgangs 2020. Was erst unmöglich schien, wird schnell zu einem inspirierenden Event mit prominenten Gästen, bester Unterhaltung und familiärem Touch – die digitale HMS-Zeugnisverleihung.



Andreas Wrede (HMS) interviewt Moderator Johannes B. Kerner



Senatorin Katharina Fegebank gratuliert den Absolvant*innen

Sänger Oli.P singt „Flugzeuge im Bauch“

Im Mittelpunkt stehen die Studierenden aus Digital- und Medienmanagement, Digitaler Journalismus und Film. Das HMS-Team baut um sie herum ein Programm voller Überraschungen. So lassen es sich bekannte Gesichter aus Hamburg wie die Zweite Bürgermeisterin Katharina Fegebank und der Senator für Kultur und Medien Dr. Carsten Brosda nicht nehmen, würdigende Worte an die Studierenden zu richten. Aber nicht nur die Politik schaltet sich per Videobotschaft zu. Es sind auch Stars wie der Regisseur Fatih Akin, Entertainer Otto Waalkes, Sänger Oli.P, Journalist Johannes B. Kerner oder OMR-Gründer und gleichzeitig HMS-Alumnus Philipp Westermeyer, die die Absolvant*innen auf ihre aussichtsreiche Zukunft einstimmen. „Sie haben eine hervorragende Ausbildung bekommen, machen Sie etwas daraus oder machen Sie etwas ganz anderes. Aber vor allem machen Sie etwas!“, ermutigt etwa Komiker Otto.

Richtig emotional wird es, als die Studiengangsleiter*innen Prof. Dr. Armin Rott (Digital- und Medienmanagement), Prof. Dr. Elke Grittmann (Digitaler Journalismus) und Prof. Richard Reitingen (Film) sich an den „Jahrgang der Herzen“ richten. Dank dem HMS-Team, der Familien und vielen Dozierenden, die in den Zoom-Calls ihre Studierenden feiern, kommt emotionale Stimmung auf. Das Gemeinschaftsgefühl, das die Studierenden während ihres Studiums und gemeinsamer Projekte geprägt hat, ist bei dieser besonderen Zeugnisverleihung zu jeder Zeit spürbar. Und trotz – oder gerade wegen der besonderen Umstände – ist es für alle ein schöner Abend und ein würdiger Studienabschluss. ♦

Nicht nur im Namen digital



Autorin: Anja Kollruß Fotos: Jacobia Dahm

Das Digital Journalism Fellowship trotz Corona und inspiriert seine Fellows mit internationalen Expert*innen.

20 Journalist*innen treffen sich in der Corona-Pandemie vor allem virtuell, wachsen aber trotzdem zu einer Gruppe zusammen – dank eines innovativen Digital-Feuerwerks!



Abschlussgruppenfoto DJF#2 im Kliemannsland



Konzentrierte Fellows im Seminar

Trotz Corona können 20 Journalist*innen am zweiten Digital Journalism Fellowship (DJF) teilnehmen. Trotz Corona bilden sich die Fellows erfolgreich in Themen wie Mobile Reporting, Data Journalism oder Design Thinking weiter. Und trotz Corona und weniger Präsenzseminare wachsen sie in einem Jahr zu einer Gruppe zusammen.

Nach dem ersten erfolgreichen Durchgang 2018/2019 sucht der Bereich Weiterbildung der HMS ab Februar 2020 deutschlandweit nach Journalist*innen, denen digitales Rüstzeug neben ihren journalistischen Kenntnissen wichtig ist. Ein Jahr sollen die neuen Fellows in mehreren Seminaren in Hamburg lernen und selbst ausprobieren, was die Digitalisierung für ihre Branche bereithält. Die kostenlose Weiterbildung wird erneut durch das

Facebook Journalism Project unterstützt. Ein neuer Beirat aus namhaften Medienschaffenden steht bereit, die ersten Dozierenden sind angefragt, und das DJF-Team mit Prof. Dr. Alexandra Borchardt als neue journalistische Leiterin ist damit beschäftigt, die zahlreichen Bewerbungen zu sichten. Dann kommt der erste Lockdown.

Von da an zeigt sich, wofür das „digital“ im Namen des DJF steht. Statt das Auswahlverfahren der Fellows durch den Beirat aufzuschieben, verlegt es das Team kurzerhand ins Digitale. Erfolgreich, wie die nächsten Monate zeigen. Die 20 neuen Fellows kommen aus allen Teilen Deutschlands – vom Land, aus der Hauptstadt, aus der Lokalredaktion oder aus der Chefredaktion großer deutscher TV-Sender.

Verschiedene Perspektiven und Biografien sorgen für inspirierende Diskussionen in den Online- und Hybrid-Seminaren, die in den nächsten Monaten folgen. Durch den Einsatz engagierter Dozierender lernen einige Fellows vom heimischen Küchentisch aus, wie sie mit ihrem Smartphone kurze TV-Beiträge drehen oder einfache Programmiersprachen anwenden. Selbst für das Netzwerken und den wichtigen Austausch mit Expert*innen findet das DJF-Team eine Lösung: Digitale Q&A-Sessions bringen Größen der Branche wie den amerikanischen Journalismus-Professor Jeff Jarvis, die Chefredakteurin Digitales von ARD-aktuell Juliane Leopold oder den TikTok-Experten Charles Bahr in den DJF-Zoom-Raum. Auch hier kommt wieder ein: Trotz Corona... trotz Corona und mit manchmal müden Augen vor dem Bildschirm klappt der Austausch mit den Gästen exzellent – spannende Insights inklusive!

Die zweite Runde des DJF ist nicht nur digitaler, sondern internationaler. So geben beispielsweise Charlie Beckett von der London School of Economics, Jeremy Caplan von der City University of New York und Lucy Küng von der Universität Oxford Seminare beim Fellowship.

Es gibt im Verlauf des DJF aber hin und wieder auch ein „wegen Corona“: Wegen Corona führt das DJF-Team einen eigenen Newsletter ein, der einmal die Woche das DJF-Netzwerk auf dem Laufenden hält. Bald wächst die Zahl der Abonnent*innen, und aus dem Format entwickelt sich ein gern gelesener Branchen-Newsletter, der über aktuelle Entwicklungen im Journalismus und

in den Medien informiert. Zeitgleich entstehen neue Youtube-Formate wie „DJF: Insights“ und „DJF: Experts“. Besonderer Beliebtheit erfreut sich der neu aufgesetzte DJF-Podcast. Unter dem Namen „Medien.Macht.Meinung“ produziert das DJF-Team nun regelmäßig Podcast-Talks. Für die Gespräche digital zugeschaltet sind unter anderem die Journalist*innen Thilo Mischke, Dunja Hayali und Nora-Vanessa Wohler. ♦

Ein letztes „Trotz Corona...“ folgte im Juni 2021. Zum Abschluss des zweiten DJF ist eigentlich eine Reise nach Israel geplant. Diese wird aufgrund der Pandemie ins Kliemannsland zwischen Bremen und Hamburg verlegt – ein Kreativhof des Youtubers und Unternehmers Fynn Kliemann. Auf dem platten niedersächsischen Land kommen dann noch einmal fast alle Fellows, das DJF-Team, Gäste und Wegbegleiter*innen zusammen und haben – trotz Corona – eine gemeinsame Abschiedsreise, die sie noch einmal mehr zusammenschweißt. Das nächste Wiedersehen ist schon in Planung. Wer weiß, vielleicht dann endlich wieder auf dem Gelände der HMS. ♦



Letzter gemeinsamer Abend mit HMS-Hoodies als Geschenk

Auf dem platten niedersächsischen Land kommen dann noch einmal fast alle Fellows, das DJF-Team, Gäste und Wegbegleiter*innen zusammen

...



Lernen in ungewöhnlicher und inspirierender Atmosphäre



Die Fellows reflektieren ein Jahr DJF

...

und haben – trotz Corona – eine gemeinsame Abschiedsreise, die sie noch einmal mehr zusammenschweißt.

Journalism goes future! Mit dem Smartphone neue Welten erschaffen

Interview: Anja Kollruss
Fotos: Jacobia Dahm

Wie funktionieren die Berichterstattung und Mobile Reporting mit dem Smartphone? Die HMS-Dozenten Matthias Sdun und Rainer Blank im Interview.

Matthias Sdun und Rainer Blank sind freie Filmemacher und Dozenten an der Hamburg Media School. In ihren Seminaren zeigen sie, wie Video für die unterschiedlichen Plattformen und sozialen Netzwerke funktioniert. Mobile Reporting, also die Berichterstattung mit Smartphone und Apps, wird immer relevanter, und große Medienhäuser nutzen das Handy bereits teilweise als mobiles Studio. Mehr darüber erzählen uns die beiden Experten im Gespräch.

Was ist Mobile Reporting?

Matthias Sdun: Mobile Reporting bedeutet im Wesentlichen, dass Berichterstattung mithilfe eines mobilen Geräts, meist dem Handy, gemacht wird. Das wird oft mit dem Erstellen von Videos für soziale Netzwerke gleichgesetzt. Das kann aber noch viel mehr sein – ich kann mobil auch andere Medien erstellen. Ich kann beispielsweise Podcasts mit dem Handy machen. Ich kann Grafiken basteln. Ich kann unterschiedliche Elemente kreieren und mittlerweile natürlich sehr hochwertige Fotos aufnehmen.

Wie wird Mobile Reporting bislang eingesetzt?

Rainer Blank: Mobile Reporting wird noch recht spärlich eingesetzt, finde ich – natürlich aktuell vor allem im Social-Media-Bereich, aber ich glaube, es gibt noch wesentlich mehr Anwendungsmöglichkeiten. Man kann mit bestimmtem Zubehör und verschiedenen Apps inzwischen wirklich ziemlich cineastisch mit dem Smartphone drehen und hat natürlich die einzigartige Möglichkeit, verschiedene Medieninhalte zu kombinieren. Ich kann Videos mit Fotos mixen, diese animieren, Tabellen und Grafiken dazu holen, alles in neue Medien verpacken – und diese Vielfalt macht es so attraktiv.

Sdun: Das macht der „Guardian“ beispielsweise mit „Fake or Real?“, wo man sich mit Fake News auf eine sehr kreative Art und

Weise befasst und dieses in den Instagram-Stories eben für eine junge Zielgruppe aufbereitet.

Was ist das Reizvolle an dieser Berichterstattung?

Sdun: Das Tolle daran ist natürlich, dass es etwas Neues ist, bei dem ich mich erst einmal austoben kann. Es gibt noch keine goldenen Regeln, und ich kann plötzlich wie bei einem weißen Blatt Papier ausprobieren, was dieses Medium oder diese Plattform mir erlaubt, und interaktive Elemente im Journalismus nutzen. Frage- und Umfrage-Tools sind beispielsweise total praktisch, und ich kann damit auch viel, viel direkter und unmittelbarer in Dialog gehen mit den Menschen, für die ich das mache.

Blank: Reizvoll an der Medienproduktion mit dem Smartphone ist auf jeden Fall, dass es recht unkompliziert ist. Ich muss mir keine riesigen Programme und Software wochenlang aneignen, sondern viele der Apps sind sehr intuitiv und funktionieren über den Touchscreen. Ich muss mir keine Shortcuts merken – und ich habe eine unkomplizierte Vernetzung von Apps und Inhalten, sodass ich relativ schnell ein Video nehmen, dieses in eine andere App importieren, dort bearbeiten und dann natürlich auch schnell auf eine Social-Media-Plattform oder an die Redaktion weiterschicken kann – das alles mit demselben Gerät.

»Das Tolle daran ist natürlich, dass es etwas Neues ist, bei dem ich mich erst einmal austoben kann.«



Matthias Sdun im Seminar

Was bedeutet das für Journalist*innen?

Blank: Ich finde, die Herausforderungen sind gar nicht so hoch für die Journalist*innen. Es gehört auf jeden Fall eine gewisse Neugier dazu und eine Offenheit, sich mit diesen Apps auseinanderzusetzen, und natürlich ein bisschen hinter die Technik zu schauen. Ich muss überlegen, was für eine Geschichte ich erzählen möchte und was mir wichtig ist bei dem Medieninhalt, den ich transportiere. Dazu kommt die neue Technik – und man muss vielleicht generell die eigene Position als Journalistin und Journalist hinterfragen und das Selbstverständnis, das damit einhergeht. Da geht es nämlich darum, die Sprache der Social-Media-Kanäle zu sprechen und auf Augenhöhe auf User-Kommentare einzugehen und mit der Community zu interagieren – das finde ich fast ebenso wichtig wie eine offene Herangehensweise an die App selbst.

Was sind eure Tipps für Medienmacher*innen?

Sdun: Ich glaube, es ist total wichtig, sich ganz viel anzuschauen und auszuprobieren: Was gefällt mir selbst, warum gefällt mir das, und wie kann ich einen eigenen Stil entwickeln? Generell würde

ich Einsteiger*innen immer ermutigen, möglichst viel auszuprobieren. Ich würde mir zudem ganz klassische Dinge angucken und wirklich überlegen, was beispielsweise Einstellungsgrößen bei der Kameraarbeit sind. Warum sind diese so wichtig? Was drücken bestimmte Kameraeinstellungen aus? Wenn ich zum Beispiel zwei Leute nebeneinander ins Bild setze, dann achte ich weniger auf das, was diese beiden Leute sagen, sondern mehr auf die Beziehung zwischen den beiden. Das muss man einfach wissen als visuelle*r Geschichtenerzähler*in, damit man entsprechend das übermittelt, was übermittelt werden soll.

Blank: Erste Schritte sind sicherlich, sich ein zeitgemäßes Smartphone anzuschaffen. Es ist ein kleiner Fallstrick, dass viele Apps und Anwendungen meistens mit den neueren Betriebssystemen besser funktionieren, auch Teile des Zubehörs. Es wäre daher schon ganz gut, ein Smartphone zu haben, das nicht sechs oder sieben Jahre alt ist, sondern zwei oder drei. Dann braucht es im Prinzip gar nicht so viel mehr an Zubehör. Für Video sollte man sich auf jeden Fall noch ein Mikro anschaffen und eventuell ein Grip, eine kleine Halterung. Ansonsten ist das meiste eigentlich in den Apps verpackt, die es dafür gibt.

»Und dann stellt sich natürlich irgendwann die Frage, ob das Smartphone auch in Zukunft noch das Hauptnutzungsgerät sein wird.«



Rainer Blank in praktischen Übungen mit einer Seminarteilnehmerin

Ist journalistische Sorgfalt weiterhin möglich?

Blank: Auf jeden Fall werden einige Inhalte sehr schnell herausgehauen. Ich glaube, das ist nicht unbedingt das Problem der Apps oder der Technik, sondern das der Anwender. Natürlich ist die Versuchung sehr groß, auf Social-Media-Kanälen möglichst schnell Output zu generieren. Da kann man natürlich immer nur an die Kolleg*innen appellieren, dass sie Inhalte erst einmal verifizieren und prüfen, wie das eigentlich mit den Bildrechten ist, woher die Infos kommen und ob man das wirklich guten Gewissens veröffentlichen kann. Denn die Technik erlaubt uns, wahnsinnig schnell zu produzieren, aber dann sollte man die Inhalte umso mehr hinterfragen.

Sdun: Wir müssen uns natürlich überlegen, wie wir solche Inhalte in eine redaktionelle Abnahme einbauen können oder inwieweit vorher Absprachen mit den Reporter*innen getroffen werden, zum Beispiel wenn sie auf einer Demonstration oder irgendwo mitten im Geschehen sind und eine Instagram-Story aufnehmen. Da kann man den Teil vor Ort produzieren, aber final geht es erst durch die Redaktion online. Bei einem Livestream ist die Möglichkeit nicht mehr gegeben, aber das Problem der redaktionellen Kontrolle hatten wir bei klassischen Livestreams auch schon. Dementsprechend ist es einfach wichtig, dass wir uns vorher auf Standards einigen und es vollkommen klar ist, dass wir nach wie vor gute Recherche machen und ein Zwei-Quellen-Prinzip verfolgen bei Informationen, die wir bekommen. Diese Standards werden einfach umso wichtiger.

Wird das Smartphone auch bei klassischen TV-Produktionen eingesetzt?

Blank: Ich glaube, dass Mobile Reporting sich besonders im Social-Media-Bereich eignet, weil man mit Apps schnell Videos, Fotos und Grafiken kreieren kann, die sich direkt auf Social-Media-Kanäle

stellen lassen. Aber wir haben das Smartphone schon oft für normale Dreharbeiten genutzt, für das Fernsehen zum Beispiel. Wenn es darauf ankommt, dass mit möglichst geringem Produktionsaufwand schnell Nähe zu Protagonist*innen hergestellt werden soll, oder wenn man an bestimmten Orten nicht so auffallen möchte, ist ein Smartphone sehr gut geeignet. Auch minimieren sich dadurch die Berührungsängste von Personen, die sonst nicht vor der Kamera stehen, da sie selbst ja auch oft ein Smartphone in der Hand halten.

Was erwartet uns noch im Mobile Reporting?

Sdun: Ich glaube, dass die Möglichkeiten, die Mobile Reporting bietet, gerade erst erkennbar werden. Was Rainer und ich in den Seminaren immer machen, ist Augmented Reality und Augmented Apps durchzugehen. Da kann man Elemente, die im künstlichen, im dreidimensionalen Raum entstanden sind, einfach in den realen Raum einbetten und sich mit der Kamera um diese herumbewegen. Da gibt es unterschiedliche Apps, die man sich in Minutenschnelle auf das Handy laden und dann diese virtuellen Welten erschaffen kann. Das wiederum in klassische Videos einzubauen, ist eben noch eine neue reizvolle Möglichkeit. Ich glaube, da wird sich in den nächsten Jahren noch eine ganze Menge tun.

Blank: Und dann stellt sich natürlich irgendwann die Frage, ob das Smartphone auch in Zukunft noch das Hauptnutzungsgerät sein wird. Viele gehen davon aus, dass es dann vielleicht Brillen sind – Spectacles, die man einfach aufsetzt und alles direkt im Sichtfeld hat. Das ist eine heute schon getestete Variante und vielleicht in Zukunft das Modell der Wahl. ♦

Balance zwischen Print und Online



Martin Benninghoff

Martin Benninghoff ist Student im berufsbegleitenden Masterstudiengang Digitaler Journalismus mit der Vertiefung Redaktionelles Management. 2019 beginnt der „FAZ“-Redakteur das Studium an der HMS mit dem Ziel, Ansätze zu finden, um den Gegensatz von Print und Online im Journalismus zu relativieren. Interessiert hat ihn vor allem auch der Austausch mit jungen sowie berufserfahreneren Kolleg*innen.

Nach seinem Studium in Politikwissenschaften in Köln besucht Martin die Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft. Anschließend arbeitet er als Politikjournalist beim „Kölner Stadt-Anzeiger“. Nach Stationen bei der „Financial Times Deutschland“ und der politischen Talkshow „Günther Jauch“ (ARD) ist er von 2016 bis 2020 Redakteur vom Dienst bei FAZ.NET. Seit 2021 bearbeitet er in der „F.A.Z.-Rhein-Main-Zeitung“ Politik- und Kirchenthemen.

Für Martin sind die Seminare im Masterstudiengang Digitaler Journalismus „horizontenerweiternd“. „Und weil die meisten Themen sehr anspruchsvoll sind, sorgen sie immer für neue Insights und Wissen“, sagt er. In seiner Masterarbeit beschäftigt sich der Journalist mit: „Comeback eines Klassikers. Die zweite Newsletter-Welle als Chance für den (konstruktiven) Journalismus.“

Der Drang nach Innovation



Lea Spraul

Lea Spraul macht das Master-Volontariat Digitaler Journalismus. 2019 kommt sie an die HMS, um sich im Online-Journalismus weiterzuentwickeln.

Nach ihrem dualen Bachelor-Studium in Betriebswirtschaftslehre merkt Lea, dass sie eine andere berufliche Richtung einschlagen möchte. Sie beginnt ein Volontariat in der Wirtschaftsredaktion der Borgmeier Media Gruppe im Bereich Print. Anschließend arbeitet sie in der Redaktion des „fotoMAGAZIN“ bei Jahr Media GmbH & Co. KG und betreut dort vor allem Social-Media-Kanäle und Homepage. Seit August 2021 ist sie beim SWR in der Digitalredaktion Wirtschaft und Umwelt

Am DJ-Studium gefallen ihr das berufsbegleitende Studienkonzept und die Kombination aus theoretischen Inhalten mit Praxisschwerpunkten – und nicht zu vergessen: der Austausch mit den anderen Studierenden. Die Seminare bieten ihr einen guten Überblick über Innovationen und digitale Produkte. Dabei bleibt es aber nicht, denn ihr persönlicher Erfolg: In einem Praxisprojekt initiiert sie den TikTok-Kanal „Leas Lifehacks“, der innerhalb von 14 Tagen 4000 Follower*innen und eine sechsstellige Reichweite gewinnt. Ihre Masterarbeit trägt den Titel „Motive für den Konsum nutzwertjournalistischer Angebote in den Sozialen Medien. Eine Untersuchung am Beispiel des TikTok-Kanals Lea's Lifehacks.“

Zielstrebigkeit bewährt sich



Tamara Denić

Tamara Denić studiert im Film-Master Regie an der HMS. Schon als Kind hat sie eine große Leidenschaft für Tanz und Theater und macht 2016 ihren Bachelor Kunst und Multimedia in München. Dort legt sie den Schwerpunkt auf audiovisuelle Medien und digitales Bewegtbild. Anschließend zieht sie nach Berlin, um unter anderem als Synchron-Aufnahmeleiterin, Film- und Redaktionsassistentin und Video-Editorin zu arbeiten. Nebenbei spielt sie in freien Theatergruppen mit, experimentiert mit Videoperformances und Videoinstallationen und setzt narrative und dokumentarische Kurzfilmprojekte um.

Die HMS steht von Anfang an ganz oben auf ihrer Liste, da sie mit dem Filmstudium auf ihren Bachelor aufbauen kann und sie die Qualität der Abschlussfilme und deren Fokus auf gesellschaftlich und politisch relevante Themen überzeugen. „Mit meinem videokünstlerischen Background finde ich die klassische und klar strukturierte Herangehensweise an das Filmemachen, wie sie an der HMS vermittelt wird, extrem hilfreich“, erzählt Tamara.

Sie ergänzt: „Da die Hochschule so klein ist, sind wir auch schon während des Studiums darauf angewiesen, uns zu vernetzen und Kontakt zu Leuten aus der Branche zu knüpfen. Dadurch läuft zum Beispiel die autonome Suche nach Filmcrewmitgliedern so ab, wie es in der Branche üblich ist. Das ist meiner Meinung nach die beste Vorbereitung. Dennoch werden wir nie allein gelassen, und alle Mitarbeitenden haben immer ein offenes Ohr.“ Last but not least: Tamara entwickelt eigene Stoffe mit dem Ziel bis Ende des Studiums zwei Treatments zu haben, mit denen sie sich für Förderungen bewerben kann.

Immer facettenreich und kreativ



Christian Siée

Christian Siée studiert Film im Fachbereich Creative Producing an der HMS. Schon in jungen Jahren setzt er eigene Filmprojekte um und beginnt 2016 ein Studium mit Schwerpunkt Film und TV an der Hochschule der Medien in Stuttgart. Er sammelt diverse praktische Erfahrungen bei Film und Fernsehen, unter anderem bei der Bavaria Fiction und Wiedemann & Berg in München und geht als Fulbright-Stipendiat für ein Auslandsstudium nach Los Angeles. Es folgen Tätigkeiten als Producer und Szenenbildner bei studentischen Projekten im In- und Ausland. Für die HMS entscheidet er sich, weil er seine Fähigkeiten und Kenntnisse als Producer ausbauen möchte. Auch mehrere Begegnungen mit erfolgreichen Alumni und deren Filme haben ihn dazu bewogen, hier seinen Master zu machen.

Christian schätzt am Studium an der HMS vor allem „die Chance, von so vielen spannenden und erfahrenen Persönlichkeiten aus der Filmbranche zu lernen!“. „Besondere Highlights waren für mich die Seminare erfolgreicher Produzent*innen, die mich inspirieren und erzählen, wie es im Alltag wirklich abläuft“, erzählt er. Sein eigener Anspruch beim Filmemachen: die Geschichten dieser Welt facettenreich und kreativ wiederzugeben.

Auf der Suche nach neuen Projekten



Josca Wijtenburg

Josca Wijtenburg studiert den MBA in Digital- & Medienmanagement. Sie entscheidet sich für die HMS, um ihre Kenntnisse im Bereich kreativer Content-Kreation um Unternehmerisches und Strategisches zu ergänzen.

Schon früh reizen sie kreative Arbeit und das Schreiben von Geschichten in verschiedenen Formen, Größen und Genres. Während ihres Bachelor-Studiums der Kommunikationswissenschaften in Stuttgart macht sie zwei Praktika im Bereich Content-Management und Online Redaktion beim TV-Sender ProSiebenSat1. Bis heute arbeitet sie als Freelance Online-Redakteurin und erstellt interaktive und kontextuelle Inhalte. Ihre Zukunft sieht sie jedoch in der Strategie.

Für Josca ist die HMS die richtige Wahl, da sie sich in Projekten ausprobieren und eigene Schwerpunkte legen kann. So hat sie unter anderem im Studium Praxisprojekte für Business Insider und die Mediengruppe RTL bearbeitet und das Web Development-Bootcamp bei neue fische besucht. An der HMS schätzt sie außerdem die familiäre Stimmung: „Man ist nicht nur eine Matrikelnummer, sondern jeder kennt deinen Namen“. Ihre Masterarbeit schreibt sie mit einer Kommilitonin über künstliche Intelligenz mit Fokus auf Natural Language Processing (Maschinelle Verarbeitung natürlicher Sprache).

Mit Strategie an die Spitze



Uygar Sönmez

Uygar Sönmez kommt 2018 an die HMS, um den EMBA Digital- und Medienmanagement zu machen. Nach ihrem Abschluss als Diplom-Informatikerin an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften arbeitet sie in einem Start-up als Entwicklerin. 2010 beginnt sie ihre Karriere bei XING SE (mittlerweile NEW WORK SE) und entwickelt sich zunächst von der Junior Software Entwicklerin zur Software Entwicklerin in mehreren Bereichen und anschließend zum Team Lead.

Auf den berufsbegleitenden MBA wird sie aufgrund einer Kooperation ihres Arbeitgebers mit der HMS aufmerksam. Dort arbeitet sie mittlerweile als Director Engineering und verantwortet den technischen Bereich der Memberships bei XING und führt dort die Entwickler, Software Tester, Team Leads sowie die Agile Coaches. NEW WORK SE finanziert das Studium und Uygar kann ihre Kenntnisse in Strategie und Unternehmensführung vertiefen und mit ihren eigenen Praxiserfahrungen verbinden.

Sie schätzt am Studium an der HMS insbesondere die Zusammensetzung der Teilnehmenden, die aus unterschiedlichen Bereichen kommen, die Dozierenden aus der Wirtschaft, die kleinen Gruppen und die intensiven Vorlesungen. „Für mich ist die Flexibilität des Studiums klasse: Ich kann es super mit meinem Arbeits- und Familienleben kombinieren“, erzählt sie. In ihrer Masterarbeit fokussiert sie sich auf Organisation und Führung.

Kreativ für den guten Zweck



Sahra Azadzoy

Sahra Azadzoy studiert den Bachelor Digital Media an der HMS und der Leuphana. Von Januar 2019 bis Februar 2021 ist sie an der City University in Hongkong im Rahmen des Doppelbachelorstudiums Digital Media und Creative Media. Dort arbeitet sie ehrenamtlich beim South Island Cultural District und als Galeriehilfe bei der Ausstellung „Post #MeToo Art“. Außerdem veröffentlicht sie eine Kunstkritik bei der International Association of Arts Critics Hong Kong. Zurück in Hamburg macht sie seit Juni 2021 ein ehrenamtliches Praktikum beim afghanischen Frauenverein.

„Ich hatte während des Studiums oft den Gedanken, dass es wahrscheinlich nur wenige Studiengänge in Deutschland gibt, die so zu mir gepasst hätten. Weil der Studiengang relativ neu ist, sind alle sehr offen, Veränderungen einzubringen, Kurse über aktuelle Themen anzubieten, und einem die Freiheit zu geben, die Richtung der Studienaufgaben teilweise selbst bestimmen zu können“ erzählt sie. „Die schönste, aber auch anstrengendste Erfahrung für mich war der Austausch mit der City University in Hongkong und meine Zeit vor Ort. Die Erfahrungen an der Uni, in der Stadt und neue Freundschaften hatten einen total großen Einfluss auf mich als Person und meine kreative Ausrichtung und Arbeit.“

Aktuell arbeitet sie mit einer Kommilitonin an der Bachelorarbeit über Programmierinnen in Afghanistan. Darin geht es um die Chancen der Entwicklung des Landes durch Frauen im Technologiebereich. Die Thesis ist sowohl eine schriftliche wie eine kreative Arbeit – die beiden arbeiten ebenfalls an einem kurzen Dokumentarfilm zum Thema. 2022 möchte sie einen Master in Taiwan beginnen.

Die Gaming-Leidenschaft zum Beruf machen



Keanu-Rico Brueggemann

Keanu-Rico Brueggemann studiert Digital Media mit Philosophie im Minor und schreibt derzeit seine Bachelorarbeit. Neben dem Studium ist er im E-Sports-Bereich aktiv und hat einen eigenen Stream, spielt auf Turnieren und produziert Content. Außerdem macht er neben seiner Bachelorarbeit ein Praktikum bei „Body Kitchen“ im Bereich E-Sports-Analysis und Content-Management. Dabei hilft ihm sein Studium, denn auch wenn – oder gerade weil – das Fach einen geisteswissenschaftlichen Fokus hat, fühlt er sich breit aufgestellt, und das ist gerade in Start-ups sehr nützlich.

Sein Fazit zum Studium: „Der Bachelor hat mir echt gut gefallen, besonders dank der qualifizierten und nahbaren Lehrpersonen. Das Major Digital Media hat sich jederzeit wie eine Familie angefühlt, womit ich vor Beginn des Studiums wirklich nie gerechnet hätte. Man hat zudem viel Freiheit, sich zu entfalten, und in die Richtung zu spezialisieren, in die man gehen möchte.“

In seiner Bachelorarbeit fokussiert er sich inhaltlich auf Game Design. Das Studium bietet einen Creative Stream, in dem man neben dem schriftlichen Teil auch ein Projekt entwickeln kann. Dafür kreiert er ein eigenes Spiel und erweitert damit sein Portfolio. Auch nach dem Studium möchte er in dem Bereich bleiben, Game Development oder Content Creation findet er interessant.

Fotos: Farah Forootan, Tim Hoppe, Sebastian Isacu

Auf ein Gastgespräch mit ...



Dr. Stephanie Caspar,
Vorständin News Media National & Marketplaces,
Axel Springer SE



Dr. Rainer Esser,
Geschäftsführer der ZEIT-Verlagsgruppe



Dorothee von Posadowsky
Head of art & culture & design projects
E.ON SE, Essen



Arist von Harpe
Herausgeber/Inhaber der „Hamburger
Morgenpost“, Hamburg



René Bastian
Belladonna Productions, Film- und TV-
Produzent, New York City



Dr. Michael Trautmann,
Gründer, Unternehmer und immer noch „On
the way to New Work“



Sachar Klein,
Gründer und Chief Attention Officer
der Agentur hypr.



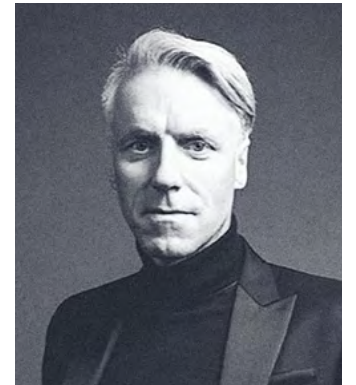
Dr. Constanze Neumann,
Verlagsleiterin beim Aufbau Verlag



Wolfgang Volz
Fotograf und Vertrauter von Christo und
Jeanne-Claude, Stockholm/Paris



Franziska Stünkel
Regisseurin, Drehbuchautorin, Fotografin,
aktueller Film: „Nahschuss“, Hannover



Tom Junkersdorf
CEO/Founder der Agentur Off-Script
& Editor-at-Large Icon, München

In jedem Jahr finden an der Hamburg Media School diverse Gastgespräche statt. Dazu werden unterschiedliche Gäste aus der Digital- und Medienbranche eingeladen. In rund zwei Stunden stellen sie zunächst sich und ihren bisherigen Karriereweg vor. Sodann haben die Studierenden die Möglichkeit, den jeweiligen Gästen ausführlich Fragen zu stellen. Immer wieder gewinnen die Studierenden spannende Insights bei diesen Gastgesprächen

und das eine oder andere Praktikum, und der eine oder andere künftige Arbeitsplatz nach Abschluss des Masterstudiums hat sich daraus mithin schon ergeben. Organisiert werden die Gastgespräche von Andreas Wrede. Vom Herbst 2020 bis zum Frühsommer 2021 fanden die folgenden Gastgespräche allesamt virtuell statt – was allerdings ihrer großen Beliebtheit keinerlei Abbruch tat.

Außerdem war der Media Innovation Day (MID) ebenfalls hochkarätig besetzt. Dieser wird einmal im Jahr für die EMBA-Studierenden organisiert, Gasthörer*innen aus dem MBA sind aber ebenfalls willkommen. Für den MID werden Persönlichkeiten aus dem Medien-Business und aus Kunst und Kultur eingeladen. Sie berichten über sich und ihre Arbeit und stehen den Studierenden für Fragen zur Verfügung. 2021 waren – virtuell – zu Gast:

Vielen Dank
an alle Gäste!

Fotos: Mathias Bothor, Sebastian Fuchs, Philip Kistner, Michaela Kuhn, Axel Springer, Viktor Strasse, Vera Tammen

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Hamburg Media School

PROJEKT- UND REDAKTIONSLEITUNG

Farah Forootan

Andreas Wrede

AUTORINNEN UND AUTOREN

Farah Forootan

Claudia Große Siemer

Anja Kollruß

Ronja Rabe

Meena Stavesand

Andreas Wrede

KONZEPTION & ARTDIREKTION

Jan Rosenstock

Christoph Sündermann

LEKTORAT

reisnertext.com

DRUCK

Druckerei Siepmann GmbH

AUSGABE

Nr. 6, Oktober 2021

KONTAKT

HMS Hamburg Media School GmbH

Finkenau 35, 22081 Hamburg

Telefon: +49 40 413 468 - 0

Telefax: +49 40 413 468 - 10

info@hamburgmediaschool.com

www.hamburgmediaschool.com

