

Executive MBA in Digital- und Medien- management



Inhalt

DER EXECUTIVE MBA IN DIGITAL- UND MEDIEN- MANAGEMENT AN DER HAMBURG MEDIA SCHOOL Gemeinsam weiterkommen!	02
MEHR ALS EIN STUDIUM Vorteile und Besonderheiten	04
FÖRDERUNTERNEHMEN UND PARTNER DER HAMBURG MEDIA SCHOOL Wir sind nicht allein	05
DIE HAMBURG MEDIA SCHOOL Willkommen auf dem Mediacampus	06

08	STUDIENGANGSLEITER PROF. DR. ARMIN ROTT IM INTERVIEW „Wissenschaftlich geerdet und praktisch brauchbar“
10	STUDIENAUFBAU UND -INHALTE Curriculum & Electives
11	DAS CURRICULUM Methodische Verzahnung von Theorie und Praxis

12 | **INTERNATIONALITÄT**
Global denken, mit internationalem Weitblick managen

14 | **KARRIEREWEGE UNSERER ALUMNI**
Führungskräfte in der Digital- und Medienbranche



**JOB- UND KARRIEREPOSITIONEN
UNSERER EMBA-STUDIERENDEN** | **18**
In bester Gesellschaft

**BEWERBUNGSPROZESS,
VORAUSSETZUNGEN & KOSTEN** | **20**
Dein Weg zu uns

ALLE FAKTEN | **21**
Auf einen Blick



Gemeinsam weiterkommen!

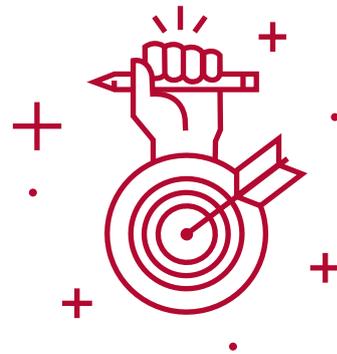
Der EMBA in Digital- und Medienmanagement an der Hamburg Media School

Für den EMBA entscheidet sich, wer die Weichen für seine berufliche Zukunft auf gezieltes Weiterkommen stellen will. Denn wer eine Position mit Führungsverantwortung und Zukunftsperspektive anstrebt, braucht Managementkompetenzen und Leadership-Skills – unabhängig von seinem bisherigen beruflichen Hintergrund.

Genau darauf ist der EMBA an der HMS zugeschnitten. Hier erwerben BWLer*innen, Gründer*innen, Geisteswissenschaftler*innen, Digitale und Kreative gleichermaßen ihr betriebswirtschaftliches Fundament als Voraussetzung erfolgreichen unternehmerischen Denkens und strategischen Handelns.

Dazu gehören klassische ökonomische Disziplinen genauso wie das Managen von Change- und Innovationsprozessen, das Unternehmertum im eigenen Konzern oder Entrepreneurship.

Das Besondere an der Hamburg Media School ist dabei neben der ausgezeichneten Qualität der Lehre unser dezidiertes Medien-Fokus: Wir verbinden die klassischen MBA-Disziplinen mit spezifischem Medienfachwissen und bereiten so gezielt auf eine Karriere in Medien- und Digitalunternehmen vor.



Damit sind wir nicht nur für all diejenigen die richtige Wahl, die verantwortungsvolle Positionen in der Medienbranche anstreben und bisher einen anders gelagerten beruflichen Schwerpunkt haben, sondern auch für bereits Medienschaffende, denen ein ausgeprägter ökonomischer Hintergrund fehlt.

Das Weiterkommen beginnt dabei nicht erst nach den zwei Jahren Studium, sondern bereits am ersten Studientag – unterstützt durch beste Kontakte zu Kommiliton*innen, Ehemaligen, Dozierenden und Expert*innen aus allen relevanten Bereichen der Branche.



AUF EINEN BLICK



- Gezielte Ausbildung zur Führungskraft
- Vermittlung von betriebswirtschaftlichen und Managementkenntnissen
- Aufbau eines strategischen und systematischen Verständnisses der Branche
- Entwicklung einer fundierten Digital- und Medienexpertise

Vorteile und Besonderheiten

Mehr als ein Studium

WIR MACHEN DEN BERUF ZUM STUDIUM

Der EMBA an der HMS ist nicht nur berufsbegleitend, sondern explizit berufsintegrierend aufgebaut. Deshalb stellt unser sorgsam konzipiertes Curriculum vom ersten Tag an den unmittelbaren Transfer gelernter Inhalte zurück in das eigene Unternehmen in den Fokus.

Praxisnahe und topaktuelle Lehrinhalte können direkt auf die berufliche Tätigkeit der Teilnehmer*innen übertragen werden. Fallstudien, berufsbezogene Projekte und die Bearbeitung unternehmensrelevanter Fragestellungen in der Masterarbeit sichern die enge Verknüpfung von Studium und Berufsalltag und sorgen dafür, dass Teilnehmer*innen wie auch die Arbeitgeber*innen gleichermaßen vom Studium profitieren.

Das Wichtigste dabei: maximale Berufsverträglichkeit. Dafür sorgen wir mit Intensivseminaren an den Wochenenden, die für wenige und sehr gut planbare Präsenzzeiten sorgen, sowie mit einem extrem flexiblen, modular aufgebauten Curriculum im Baukastensystem, das immer wieder auch Rücksicht auf besondere Jobsituationen und Anforderungen im Unternehmen nehmen kann. Denn wir wissen, dass die Doppelbelastung aus Studium und Beruf immer wieder eine Herausforderung darstellen kann.

WIR BEGLEITEN DICH: VON DER FACH- ZUR FÜHRUNGSKRAFT

Was unterscheidet eigentlich ein gutes von einem sehr guten EMBA-Programm?

Inhaltlich auf die richtigen Schwerpunkte und Themen zu setzen, ist das eine. Gezielt auf die jeweils individuellen Bedarfe der Studierenden eingehen zu können sowie eine enge Betreuung und intensive Lernatmosphäre in kleinen Gruppen garantieren zu können, ist unserem Verständnis nach aber mindestens genauso wichtig. Denn es sollen nicht nur branchenspezifisches Fachwissen und operative Exzellenz, sondern auch die eigene Persönlichkeit weiterentwickelt werden. Im Fokus unseres EMBA-Studienganges steht daher jeder und jede Einzelne. Jede*r Studierende wird bei uns mit ihren/seinen individuellen Weiterbildungszielen, ihrer/seiner persönlichen Motivation und den ganz spezifischen Entwicklungszielen wahrgenommen und optimal gefördert.

Unsere Klassen sind sehr klein. Bei maximal 15 Teilnehmer*innen verlieren wir von niemandem die definierten Entwicklungsziele aus dem Blick. Über individuelle Feedback-Gespräche und gezielte Karriere-Coachings stellen wir sicher, dass wir gemeinsam das Ziel unserer Studierenden erreichen und sie zu erfolgreichen Macher*innen, Innovator*innen und Führungskräften ausbilden, die mit strategischer Kompetenz, Sozial- und Führungskompetenz und Entscheider*innen-Qualitäten ihre Ziele und die des Unternehmens zu gestalten vermögen.

WISSENSCHAFTLICH FUNDIERT UND PRAXISNAH

Die Hamburg Media School ist eine Public-private-Partnership. Das erlaubt uns, in unseren Studiengängen das Beste aus Wissenschaft und Praxis zusammenzubringen. So wird der EMBA in Kooperation mit der Exzellenzuniversität Hamburg durchgeführt, was höchste Qualitäts- und Wissenschaftsstandards sowie einen staatlich anerkannten Universitätsabschluss garantiert. Zugleich bieten sich alle Vorteile einer privaten Bildungseinrichtung: die praxisbezogene und dezidiert anwendungsorientierte Ausrichtung des EMBA in enger Verzahnung mit Digital- und Medienunternehmen sorgen dafür, dass die Lehrinhalte direkten Bezug zu den Bedürfnissen des Marktes und den Anforderungen der Branche haben.

HOCHEFFIZIENTES MEDIENNETZWERK

Wer an der HMS studiert, wird Teil eines exklusiven, breit aufgestellten Netzwerkes aus Mitstudierenden, Alumni, Dozierenden und Unternehmenskontakten.

Unsere EMBAler profitieren dabei von den gewinnbringenden Beziehungen zu Kommiliton*innen aus allen Teilbereichen der Branche ebenso wie vom engen Kontakt zu Dozierenden, die direkt aus der Praxis kommen, sowie zu Führungskräften und Expert*innen aus dem Förderkreis der HMS. Über 50 Digital- und Medienunternehmen engagieren sich als Ausbildungs- und Forschungspartner im Förderernetzwerk der HMS und ermöglichen in besonderer Weise exklusive Kontakte in die Medienbranche, individuelle Förderung, branchenrelevante Insights und einen einfachen und direkten Zugang zu Expert*innenwissen.

Wir sind nicht allein

Unsere Partner & Förderunternehmen

Leidenschaft für Digitales und für Medien in all ihren Ausprägungen, nachhaltiges Engagement bei der Ausbildung des Digital- und Mediennachwuchses, ein innovativer und werteorientierter Blick auf die Zukunft – die HMS und ihre über 50 Förderunternehmen sind eng verbunden in ihrem Verantwortungsgefühl in Bezug auf eigenes und gemeinsames Handeln. Dieses einmalige Netzwerk findet seinen lebendigen Ausdruck in Form von Lehrinhalten, Praxisprojekten, Expertengesprächen, Kooperationen, Netzwerkveranstaltungen und nicht zuletzt finanzieller Unterstützung.



BERTELSMANN



DIE ZEIT

dpa

EUROPA PARK
FREIZEITPARK & ERLEBNIS-RESORT

facebook.

FUNKE
MEDIEN
GRUPPEFrankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLANDFrankOtto |
MedienGANSKE
VERLAGS
GRUPPE

Google

GRAEF
RECHTSANWÄLTE

G+J

Handelsblatt
III MEDIA GROUPHaspa
Hamburger Sparkasse

Hubert Burda Media

MADSACK®
MEDIENGRUPPEHAMBURGER
MORGEN
POST

NDRmedia



ORCA VAN LOON

RMS

FRÖBEL
NORDStudio
HamburgSAY HELLO TO
27km

UFA

DER SPIEGEL

VFF
VERBAND FÜR
RECHTSANWÄLTEVON HAVE
FEY
Rechtsanwälte

MW WEISCHER

WORT
& BILD
VERLAG

ZDF

AUF EINEN BLICK



- Staatlich anerkannter Universitätsabschluss
- Intensive Lernatmosphäre in kleinen Gruppen
- Direkter Transfer in den Berufsalltag
- Wenige, sehr gut planbare Präsenzzeiten
- Blockseminare am Wochenende
- Flexibles, modular aufgebautes Curriculum
- Kontinuierliche, persönliche Betreuung
- Individuelle Coaching-Angebote
- Netzwerkauf- und ausbau

Willkommen auf dem Mediacampus

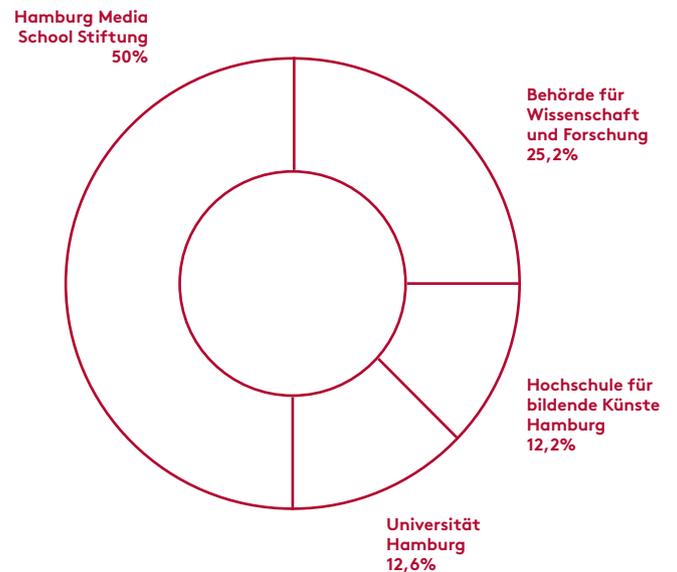
Die Hamburg Media School

Seit ihrer Gründung im Jahr 2003 steht die Hamburg Media School (HMS) für eine wissenschaftliche, praxisorientierte und interdisziplinäre Ausbildung in den Bereichen Digital- und Medienmanagement, Journalismus und Film.

Mit fünf Masterstudiengängen und einem Bachelorstudiengang im Digital- und Medienbereich ist sie die Anlaufstelle für fundierte, medienzentrierte Aus- und Fortbildung am Medien- und Wissenschaftsstandort Hamburg. Ergänzt wird dieses spezialisierte Studienangebot durch einen Weiterbildungs- sowie einen Forschungsbereich.

Das historische Gebäude der HMS, ursprünglich eine ab 1911 nach Plänen von Fritz Schumacher errichtete Geburtsklinik, ist mit seinen prägnanten roten Klinkern, hohen Decken und langläufigen Fluren eingebettet in den weitläufigen Kunst- und Mediacampus in der Finkenau. Dieser beherbergt neben der HMS auch die Fakultät Design, Medien und Information (DMI) der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW), sowie die Hochschule für bildende Künste (HfbK) und TIDE TV.

Als Public-private-Partnership stellt die HMS eine Mischform einer staatlich und privat finanzierten Bildungseinrichtung dar. Ihre Gesellschafter bestehen aus der Freien und Hansestadt Hamburg, der Universität Hamburg, der Hochschule für bildende Künste sowie der Hamburg Media School Stiftung, die sich aus rund 50 Digital- und Medienunternehmen zusammensetzt. Diese engagieren sich als Stifter und Förderer für die HMS.



Durch diese besondere Struktur entstehen den Studierenden wesentliche Vorteile. Einerseits ist die HMS an höchste Qualitäts- und Wissenschaftsstandards gebunden, wobei der staatlich anerkannte Abschluss im Fachbereich Digital- und Medienmanagement durch die Exzellenzuniversität Hamburg verliehen wird. Andererseits profitieren die Studierenden von dem weit gespannten Netzwerk in die Privatwirtschaft und davon, Teil der bestens vernetzten „HMS-Familie“ zu werden.

Viele Studierende – und auch Dozierende – bleiben noch lange nach ihrem Studium der Schule eng verbunden und engagieren sich aktiv an der HMS. Sei es in dem großen Alumni-Netzwerk, das unter anderem das Alumni-Mentoringprogramm für Studienanfänger*innen, regelmäßige Stammtische, eine Jobbörse oder auch HMS-Events organisiert, sei es durch Beratung, Lehrtätigkeit, Angebote für Praktika- und Werkstudententätigkeiten oder wertvolle Kontakte.



KUNST- UND
MEDIENCAMPUS
HAMBURG

„Wissenschaftlich geerdet und praktisch brauchbar“



Studiengangsleiter
Prof. Dr. Armin Rott
im Interview

Prof. Dr. Armin Rott leitet die MBA-Studiengänge im Fachbereich Digital- und Medienmanagement an der Hamburg Media School seit ihrer Gründung im Jahre 2003. Er ist Professor für Medienökonomie an der Uni Hamburg und wissenschaftlicher Leiter des Fachbereichs Digital- und Medienmanagement an der HMS.

Neben dem Vollzeitstudiengang Digital- und Medienmanagement gibt es auch eine berufsbegleitende Variante. Was war der Grund, auch einen Executive MBA aufzubauen?

Schon bald nach der Einführung des Vollzeit-MBAs vor mittlerweile fast 20 Jahren wurde klar, dass es Bedarf an einem Studium gibt, das die besonderen Herausforderungen von Berufstätigen ernst nimmt – aber auch von Arbeitgebern, die nachhaltig und trotzdem berufsverträglich ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterentwickeln wollen. „Studierbarkeit“ heißt für beide Seiten das bürokratische Zauberwort. Und so haben wir uns daran gemacht, ein Programm zu entwickeln, das die gleichen hohen Ansprüche an akademische Fundierung und praktische Anwendbarkeit erfüllt wie die Vollzeitvariante, dabei aber maximal berufsverträglich in kurzen Blöcken mit integrierten Prüfungen und ausreichend Zeit für Familie und Beruf nebeneinander studierbar ist. Gerade am Anfang war das nicht leicht. Wir mussten zuhören, anpassen und optimieren, um im engen Austausch mit den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, den Dozierenden aus der Praxis, aber eben auch mit den Unternehmen, die uns ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter anvertraut haben, das ideale Programm aufzubauen. Heute haben wir ein Programm, das zeitlich zwar immer noch fordert, aber nicht überfordert.

Sich noch einmal für ein Studium neben einem oft bereits sehr fordernden Beruf zu entscheiden, ist keine ganz leichte Herausforderung. Wann und für wen macht der MBA-Abschluss Sinn?

Zwei Motive sind bei unseren Bewerberinnen und Bewerbern entscheidend: Verbesserte

Karrierechancen und eine neue Herausforderung. Die Karrierechancen erhöhen sich natürlich, wenn man in einem Programm studiert, wo nicht nur Dozentinnen und Dozenten das Wissen vermitteln, sondern man auch viel von der Gruppe lernt. Gerade für Quereinsteiger ist es außerdem wichtig, BWL-Wissen einmal systematisch zu lernen und auf die eigene Situation anzuwenden. Hinzu kommt, dass viele nach einigen Jahren im Beruf an eine gewisse gläserne Decke stoßen, die sich leichter durchstoßen lässt, wenn man nicht nur operatives Fach- sondern auch strategisches Führungswissen beherrscht. Für einige ist es aber auch nur das Gefühl, sich neben der zur Routine gewordenen täglichen Berufspraxis endlich wieder einer größeren intellektuellen Herausforderung zu stellen.

Sie haben die MBA-Studiengänge an der HMS mitgegründet. Was war die Vision, und was zeichnet diesen Digital- und Medien-MBA in besonderer Weise aus?

Wir wollten eine kleine und feine Managementausbildung schaffen, die kaufmännisches und Digital- und Medienwissen auf hohem Niveau miteinander verknüpft. Wissenschaftlich geerdet und praktisch brauchbar. Und nicht unwichtig: familiär und freundlich. Einzigartig macht das Programm vor allem das Förderer- und Alumninetzwerk, in das die Studierenden stark eingebunden sind. Die Hamburg Media School ist eine Public-private-Partnership und wird zu einem Viertel von der Stadt Hamburg und zu 50 Prozent von der deutschen Digital- und Medienwirtschaft getragen. Man heiratet hier quasi ein in eine sympathische Großfamilie, die einen über ein ganzes Berufsleben begleitet.

Welche besonderen Fähigkeiten, Kompetenzen und Werte zeichnen die Führungskräfte aus, die aus dem EMBA an der Hamburg Media School hervorgehen?

Als Absolventinnen und Absolventen eines MBA-Studiengangs haben sie eine solide Grundlage in allen relevanten BWL-Fächern. Und sie sind versiert in praktischen Themen wie Verhandlungsführung und Projektmanagement. Sie verfügen über ein breites Wissen der inhaltlichen, kaufmännischen und technischen Grundlagen ihrer Branche und können neue Projekte strukturiert angehen. Vor allem haben sie eines: eine große Leidenschaft für ihre Branche und die Chancen, die sich aus dem Wandel ergeben. Oder wie es eine Absolventin einmal formulierte #BockBockBock.

Was liegt Ihnen als Wissenschaftlicher Leiter bei der Durchführung der MBA-Programme an der HMS besonders am Herzen?

Wir wollen in den Fächern langfristiges Strukturwissen schaffen und nicht nur tagessaktuellen Modethemen hinterherlaufen. Trotzdem stehen alle Fächer ständig auf dem Prüfstand der Relevanz. Gerade das berufsbegleitende Studium lässt weder Zeit für akademische Glasperlenspiele noch für Branchenbuzzwordbullshit. ♦

Methodische Verzahnung von Theorie und Praxis

Studienaufbau und -inhalte

DAS CURRICULUM

Unser EMBA-Curriculum ist auf eine methodische Verzahnung von Theorie und Praxis ausgerichtet. Fallstudien, eigene Praxis- und Innovationsprojekte sowie realitätsnahe Szenarien bereiten systematisch auf die Herausforderungen einer crossmedialen, international agierenden Digital- und Medienindustrie vor.

Dafür bieten wir ein Curriculum, das MBA-typisch alle relevanten ökonomischen und betriebswirtschaftlichen Grundlagen abdeckt, um dann über die Wahlmöglichkeiten in unseren Electives individualisiert und den persönlichen Studien- und Entwicklungszielen angepasst zu werden. Ebenso werden gezielt die Persönlichkeitsentwicklung und die systematische Ausbildung von Führungskompetenz vorangetrieben.

Der professionelle Hintergrund und die beruflichen Anforderungen unserer Teilnehmer*innen sind individuell verschieden. Unser modulares Curriculum und der extrem flexible Stundenplan nehmen darauf Rücksicht. Nach dem Baukastenprinzip können sich unsere Studierenden das Studium genauso zusammenstellen, wie es sich auf ideale Weise mit ihrem Berufsalltag vereinen lässt.

DIE ELECTIVES – DEIN STUDIUM. DEINE WAHL.

Die Wahlpflichtmodule, auch Electives genannt, ermöglichen es, das Studium in einzelnen Bereichen und Themenfeldern gezielt zu vertiefen. Für die Electives arbeiten wir mit renommierten Partnern direkt aus der Wirtschaft zusammen, um die Lehrinhalte so aktuell wie möglich und tatsächlich marktrelevant zu gestalten.



Wählbar sind beispielsweise Vertiefungen zu den Themen digitales Produktmanagement oder Web- und Appentwicklung.

Ebenso können Seminare aus dem Studiengang Digitaler Journalismus belegt werden. Beispielsweise „Crossmediale Produktion“ oder „Innovation und Kreativmanagement“.

Die frei wählbaren Electives werden regelmäßig überarbeitet und den Bedarfen unserer Studierenden angepasst. So sorgen wir dafür, dass diese Vertiefungen thematisch topaktuell bleiben, tatsächliche Marktrelevanz und den größtmöglichen Mehrwert für unsere Teilnehmer*innen haben.

WiSe (25 ETCS)	SoSe (20 ETCS)	WiSe (25 ETCS)	SoSe (20 ETCS)
General Management <ul style="list-style-type: none"> • Management und Marketing • Organisation und Personal 	Projekt- und Changemanagement <ul style="list-style-type: none"> • Projektmanagement • Changemanagement 	Investition, Finanzierung, Steuern <ul style="list-style-type: none"> • Investition und Finanzierung • Steuern 	Kolloquium zur Masterarbeit
Rechnungswesen, Bilanzierung, Controlling <ul style="list-style-type: none"> • Rechnungswesen • Bilanzierung • Controlling 	Strategisches Management <ul style="list-style-type: none"> • Strategisches Management • Planspiel Unternehmensführung 	Business Development <ul style="list-style-type: none"> • Geschäftsmodellentwicklung • Gründungsmanagement 	Masterarbeit
Quantitative Methoden <ul style="list-style-type: none"> • Wirtschaftsmathematik • Business Statistics • Business Software 	Elective Bspw.: <ul style="list-style-type: none"> • Web- und App-Entwicklung • Digitales Produktmanagement 	Führen und Verhandeln <ul style="list-style-type: none"> • Kommunikationstechniken und Konfliktmanagement • Verhandlungsführung 	
Recht <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Privat-, Gesellschafts- und Wettbewerbsrechts • Internet- und Medienrecht 	Online Marketing <ul style="list-style-type: none"> • Grundlagen des Online-Marketings • Aktuelle Themen des Online-Marketings 	Digital Media Business <ul style="list-style-type: none"> • Medien- und Internettechnik • Digitale Medienprodukte und -unternehmen 	
Digital- und Medienökonomie <ul style="list-style-type: none"> • Markt und Wettbewerb • Netzwerke, Plattformen und Marktplätze 		Internationale Studienreise <ul style="list-style-type: none"> • 9-tägige Erkundungsreise zu wechselnden Zielen 	

Praxisnahe Lerninhalte	Eigene Schwerpunktsetzung	Coaching-Einheiten	Netzwerk	Individuelle & flexible Studiengestaltung	Individuelle Betreuung
Ideale Vereinbarkeit von Studium & Beruf	Internationale Vertiefungen				

BWL & Management-Skills	Digital Media Business & Production	Projekte & Spezialisierungen	Persönlichkeit & Netzwerk
------------------------------------	-------------------------------------	------------------------------	---------------------------

Curriculum Executive MBA in Digital- und Medienmanagement (EMBA)

Global denken, mit internationalem Weitblick managen

Internationalität

An der Hamburg Media School wird nicht nur im heimischen Seminarraum gelehrt und gelernt, sondern darüber hinaus global an den spannendsten Orten der Welt.

INTERNATIONALE STUDIENREISE

Die curricular verankerte internationale Studienreise führt uns regelmäßig für bis zu zwei Wochen in internationale Medienmärkte weltweit. Tokio, Seoul, Singapur und Kyoto, St. Petersburg und Moskau, Delhi, Kalkutta und Mumbai, Los Angeles, Silicon Valley, London und New York – uns ist wichtig, dass unsere Studierenden interkulturelle Kompetenzen erwerben, um Strukturen und Strategien einer global agierenden Branche zu verstehen und Chancen wie Herausforderungen frühzeitig zu erkennen.

UNTERNEHMENSBESUCHE, EXPERTEN- UND HINTERGRUNDGESPRÄCHE, WORKSHOPS

Im Mittelpunkt der internationalen Studienreise stehen exklusive Unternehmensbesuche: Wir sind zu Gast bei renommierten Digital- und Medienunternehmen – von Bloomberg, Time Inc., Red Bull, Outbrain oder Axel Springer – genauso wie bei erfolgreichen Start-ups, Publishern und Ad-Tech-Unternehmen. Wir besuchen Nachrichtenagenturen, Botschaften und Institute. Wir treffen Expert*innen, Macher*innen und Innovator*innen der Branche und führen exklusive Hintergrundgespräche zu Themen wie Reichweitenaufbau, digitales Storytelling, Ad Analytics und vielem mehr.

Seminare und Workshops geben dem Programm seinen akademischen Rahmen.

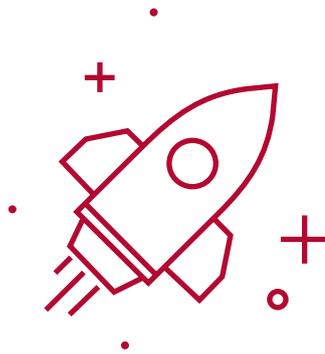
So werden profunde Kenntnisse des jeweiligen Digital- und Medienmarktes erworben, und die Studierenden erleben und reflektieren internationale Trends, Innovationen und Entwicklungen direkt vor Ort. Gleichzeitig wird der persönliche Horizont erweitert und ein Verständnis für die wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und politischen Gegebenheiten des Landes entwickelt.





Führungskräfte in der Digital- und Medienbranche

Karrierewege unserer Alumni



Die Studierenden des EMBA-Programms an der Hamburg Media School sind praxiserfahrene Fach- und Führungskräfte aus unterschiedlichen Teilbereichen und Funktionen der Digital- und Medienbranche. So vielfältig und individuell wie die Positionen, Ziele, Persönlichkeiten und Talente unserer Studierenden sind auch die Karrierewege, die sie während und nach dem Studium gehen. Eines haben sie aber alle gemeinsam: Sie alle setzen sich mit Neugier und Leidenschaft an die Spitze der digitalen Transformation.

Anna van Koetsveld



Anna van Koetsveld absolvierte ihren Bachelor in International Business Management and Studies in den Niederlanden und Südkorea im Jahr 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. 2020 übernahm sie die Position der stellvertretenden Verlagsgeschäftsführerin der Bauer Women KG in der Bauer Media Group. Seit 2021 ist sie dort nun Dep. Chief of Staff to Executive Board.

PROFIL

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

Dominik Stawski

„Als Reporter weiß ich, was gute Geschichten, gute Inhalte sind. Durch den EMBA habe ich besser verstanden, wie man damit auch in Zukunft Geld verdienen kann – denn Qualitätsjournalismus ist teuer.“



Dominik studierte zwischen 2004 und 2009 in Eichstätt und Boston Journalistik, absolvierte nebenbei Praktika in TV-, Radio- und Printredaktionen. Nach dem Studium volontierte er bei der SÜDDEUTSCHEN ZEITUNG in München, Berlin und Brüssel. Danach wechselte er ins Gesellschaftsressort des STERN, wo er später das Magazin STERN CRIME mitentwickelte. Seit 2019 leitet er das Auslandsressort des Magazins. Er wurde unter anderem mit dem Egon-Erwin-Kisch-Preis, dem Reporterpreis, dem Axel-Springer-Preis, dem Otto-Brenner-Preis für kritischen Journalismus und dem Grimme Online Award ausgezeichnet. Von 2018 bis 2020 studierte er an der Hamburg Media School.

Uygar Sönmez

Nach ihrem erfolgreichen Abschluss als Diplom-Informatikerin an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften arbeitete Uygar Sönmez in einem Start-up und lernte dort, den Job als Softwareentwicklerin mit der Familie zu vereinbaren. 2010 startete sie bei der XING SE als Junior-Softwareentwicklerin und vertiefte ihre Kenntnisse in der Anwendungsentwicklung. Drei Jahre später begann sie ihre Laufbahn als Team Lead im API-Team und zog im Laufe ihrer Karriere unterschiedliche Produkte technisch und die entsprechenden Teams teilweise über drei Standorte hoch. Heute verantwortet sie als Director Engineering den technischen Bereich der Memberships bei XING und führt in dem Bereich die Entwickler, Software-Tester, Team Leads sowie die Agile Coaches.



„Der EMBA an der HMS hat mir als Director Engineering dabei geholfen, ein tiefes Verständnis für die strategische Unternehmensentwicklung zu gewinnen und in meiner Rolle als Führungskraft anzuwenden.“

In bester Gesellschaft

Job- und Karrierepositionen unserer EMBA-Studierenden

Den EMBA an der Hamburg Media School belegen Young Professionals, High Potentials, Fach- und Führungskräfte aus den unterschiedlichsten Teilbereichen der Digital- und Medienbranche. Von dieser Vielfalt der beruflichen Hintergründe und den unterschiedlichen Persönlichkeiten im Seminarraum profitieren unsere Studierenden ganz außerordentlich. Doch mit wem bekommt man es ungefähr zu tun? Zu wem knüpft man Kontakte? Hier eine Auswahl bisheriger Jobpositionen und Unternehmen unserer Studierenden und Absolventen*innen:

1NCE GmbH – Technische Projektleiterin

20 Minuten AG Schweiz – Blattmacher und Mitglied der Chefredaktion

27Kilometer Entertainment – Managing Partner

abroad publishing e.K. – Inhaber

Adobe Systems Engineering – Sr. Product Manager Strategic Development

Alinea Media – Gründer/Social Media Manager

Alphabeta GmbH – Gesellschafter

AOL Deutschland Medien GmbH – Director Strategic Partnership

AppLike – Project Manager

Arvato Media – Controlling

Arvato. rtv media group GmbH – Verlagsleitung

AudioQ UG – Geschäftsführer

Axel Springer Schweiz – Chefredakteur Stocks

Axel Springer Verlag Vertriebs GmbH – General Manager Bild Nord/West

Axel Springer Verlag Vertriebs GmbH – Leiter Personalmarketing, Personalentwicklung und Changemanagement

Axel Springer Verlag Vertriebs GmbH – Leitung Brand Marketing & PR SPORT BILD

Bauer Media KG – Assistenz Publishing Manager

Bauer Media Group – Senior Client Solutions Managerin

Bauer Media Group – Objektmanagerin Intouch+Closer

Bauer Media Group – Stellvertretende Verlagsleiterin

Berliner Galerien Kunstkalender – Leitender Redakteur

Bigpoint GmbH – Head of Business Development

Bissinger[+]GmbH – Geschäftsführerin

Broadview TV – Producerin

cawa-art.tumblr.com – Gründer

creazwo CREA Werbeagentur GmbH – Unitleiterin

Department M Agentur – Account Director Influencer Marketing

Der deutsche Fernsehpreis – Programmleitung

doppio TV – Junior Producerin

Dpa – Leitung dpa Dossier „Story“

DPV DEUTSCHER PRESSEVERTRIEB GMBH (G+J) – Teamleiterin Digital Publishing

eBook.de NET GmbH – Leitung Einkauf und Category Management

edel Germany GmbH – Marketing Manager

Edel Kids Books (Edel Verlagsgruppe GmbH) – Digital Project Manager

- Edel Kids Books (Edel Verlagsgruppe GmbH) – Projektmanagerin
 Eldorado – Deputy Head of Programs
 Erneuerbare Energien – Das Magazin – Chefredakteur
 Facebook – Client Partner
 Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH – Projektmanagerin in der Geschäftsführung
 Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH – Leiterin Zentrales Marketing
 FAZ Business Media GmbH – Leiterin Corporate Service
 Filmförderung Hamburg Schleswig Holstein – Leiterin der Verwaltung
 finews.ch – Editor, Digital Media Production
 Fischer & Cie – Mitbegründer
 fuchs+wald GmbH – Inhaber
 FVV Medien GmbH (dfv Mediengruppe) – Product Owner
 G+J Corporate Editors (TERRITORY) – Junior Publishing Manager
 Ganske Verlagsgruppe – Assistentin des kfm. Vorstandes
 Geschenke.de – Gründer und Geschäftsführer
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Head of Creative Solution
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Marketing Director
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Leiter Auslandsresort STERN
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Publishing Manager Col WOMEN
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Stellvertretender Director Commercial Solutions Manager
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Senior Marketing Manager Media
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Redaktionsleitung P.M. Fragen & Antworten
 Gruner + Jahr AG & Co KG – Redakteurin
 G+J Medien GmbH (stern) – Reporter
 G+J Electronic Media Sales GmbH – Project Manger Digital Native Advertising
 G+J Electronic Media Sales GmbH – Crossmedia Concepts Manager
 GVG Travel Media GmbH in Hamburg – Verlagsleitung
 Hamburger Geschäftsberichte – Projektmanagerin
 Hoffmann und Campe Corporate Publishing – Verlagsleiterin
 Hoffmann und Campe X – Director Account- und Projectmanagement
 imprinto GmbH – Geschäftsführer
 Impulse Medien GmbH – Stellvertretende Verlagsleiterin
 Initiative Media – Kundenberaterin
 Institut für berufliche Bildung – Projektkoordinatorin
 interactive tribe GmbH – Consultant
 Intervox Production Music GmbH – International Copyright & Licensing
 JOM Jäschke Operational Media – Geschäftsführung
 JOM com GmbH – Strategist Marketing Intelligence
 Jörg Nehring Personal- und Unternehmensberatung – Consultant, Beratung, Staffing, Recruiting
 KIT digital AG – Senior Project Manager
 Klambt Mediengruppe – Assistenz der Verlagsleitung
 MackMedia GmbH & Co. KG – Leiter Animation, Marken & Lizenzen
 Madsack – Kampagnenmanager B2C
 Madsack – Key Account Manager
 Madsack Travel GmbH & Co. KG – Projektmanager Sales
 Medienhaus der Erzdiözese Wien – Redakteur
 meinVerein.de – Mitbegründer
 Men's Health und Womans Health Rodale-Motor-Pressen GmbH & Co. KG – Publisher
 MeterPan GmbH – Projektmanagerin
 NEW WORK SE – Senior Marketing Manager
 NEW WORK SE – Senior Product Manager
 NEW WORK SE – Director Engineering
 NEW WORK SE – Senior Manager Digital Communications
 NEW WORK SE – Senior Manager Business Development
 NEW WORK SE – Produktmanager
 Orbyd GmbH – Technical Partner Manager
 OMR – Ramp 106 GmbH – Business Development
 Otto GmbH & Co KG – Konzeptleiter Marketing & Vertrieb
 Parship – Head of Sales
 Presse Fachverlag GmbH & Co. KG – Redakteur
 Priapan Media oHG – Partner/Gesellschafter
 pubbles GmbH & CO KG – eContent Managerin Zeitschriften/ Zeitungen
 RADIO BOB GmbH & Co. KG/RADIO BOB rockt Schleswig-Holstein – Managing Director Brand/Geschäftsführer
 Renault Österreich GmbH – Head of Communication
 Ringier AG, cash – stellvertretender Chefredakteur
 Sales Impact GmbH & Co. KG – Referentin der Geschäftsführung
 Seven Games Network GmbH – Managing Director
 SinnerSchrader Studios GmbH – Senior Account Manager
 smartclip AG – Director Business Development
 Spiegel QC – Verkaufsberater
 Spil Games – COO
 Splitscreen Studios GmbH – Consultant
 Studio Hamburg Media Consult International (MCI) GmbH – Kaufmännische Leitung Financial Director
 Studio SeitenWeise GmbH – Geschäftsführender Gesellschafter
 SWR FS-Wissenschaft – Chefin vom Dienst
 Telefonica – Leiter Brand Strategy and Engagement
 Territory GmbH – Junior Publishing Manager
 Territory GmbH – Publishing Manager
 Thielbeer Consulting – Brandmanagement und Controlling
 Verband Deutscher Zeitschriftenverleger – Senior Director Print und Digitale Medien
 Voxago – Geschäftsführer
 Warner Broser Entertainment GmbH – Director Finance Local Productions & Acquisitions
 Warner Broser Entertainment GmbH – Coordinator Local Productions
 ZDF – Redakteur Programmplanung
 ZEIT ONLINE GmbH – Junior Product Manager
 ZEIT Verlag – Objektleiter ZEIT Magazine
 ZEIT Verlag – Projektmanagerin Editionen und E-Books
 Zwilling J.A. Henckels Deutschland GmbH – Social Media Managerin

Dein Weg zu uns

Bewerbungsprozess, Voraussetzungen & Kosten

BEWERBUNGSFRIST & STUDIENBEGINN

Die Aufnahme in das EMBA-Studium erfolgt zum Sommer- oder Wintersemester. Die Bewerbung ist jedoch jederzeit möglich und nicht an bestimmte Fristen gebunden. Der klassische Starttermin für das Studium ist Anfang Oktober. Wir ermitteln aber mit Rücksicht auf berufliche wie fachliche Faktoren gemeinsam mit den Bewerber*innen den idealen Einstiegszeitpunkt.

BEWERBUNGSPROZESS

Die Einreichung aller benötigten Unterlagen inklusive eines maximal zweiseitigen Motivationsschreibens erfolgt online über das Bewerbungsportal der Hamburg Media School.

Ist die Muttersprache nicht Deutsch, wird ein Nachweis über ausreichende Deutschkenntnisse durch Vorlage der Zentralen Mittelstufenprüfung (ZMP) oder der Zentralen Oberstufenprüfung (ZOP) nötig. Im zweiten Schritt des Bewerbungsprozesses folgt ein Aufnahmegespräch mit dem wissenschaftlichen Leiter des Fachbereichs Digital- und Medienmanagement, Prof. Dr. Armin Rott. Über die endgültige Zulassung zum Studium entscheidet der Zulassungs- und Prüfungsausschuss.

Wir empfehlen ausdrücklich, vor der Bewerbung Kontakt zu unserem Studienbüro aufzunehmen, um erste Fragen zu klären und gemeinsam mit unseren Studiengangsbetreuer*innen schon einmal auszutesten, ob das Studium für den jeweiligen Bewerber oder die Bewerberin und die jeweils persönliche Zielsetzung das Richtige ist.

VORAUSSETZUNGEN

Abgeschlossenes Erststudium an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Universität oder Fachhochschule, erste Berufserfahrung von in der Regel nicht unter einem Jahr.

Beratung & Kontakt EMBA



Stefanie Kirschbaum

Studienorganisation EMBA Digital- und Medienmanagement

Tel.: 040 – 413 468 18

E-Mail: s.kirschbaum@hamburgmediaschool.com

Stefanie berät EMBA-Interessierte zu allen großen und kleinen Fragen rund um das Studium, zu Inhalten und Ablauf, zu Themen wie Karriereberatung und Persönlichkeitsentwicklung, aber auch bei Fragen zur Finanzierung oder dem idealen Studienstart. Sie betreut unsere Studierenden vom ersten Kontakt über die gesamte Studienzeit, hin bis zum Abschluss.

KOSTEN & FINANZIERUNG

Die Studiengebühren für den berufsbegleitenden MBA in Digital- und Medienmanagement betragen 25.000 EUR für Selbstzahlende und Teilnehmende aus dem Kreis unserer Förderunternehmen. Für Angehörige sonstiger Unternehmen betragen die Studiengebühren 32.000 EUR. Zur Finanzierung dieser Kosten stehen vielfältige Optionen zur Verfügung. Hierzu zählen unter anderem individuelle Zahlungsvereinbarungen oder die Nutzung steuerlicher Vorteile.

Bei allen Fragen rund um das Thema Finanzierung empfehlen wir ebenfalls das persönliche Beratungsgespräch mit unserer Studiengangsbetreuerin.

Auf einen Blick

Alle Fakten

ABSCHLUSS	Executive Master of Business Administration in Digital- und Medienmanagement (EMBA)
STUDIENSTART	Aufnahme zum Sommer- oder Wintersemester, optimaler Start im Oktober
DAUER	Regelstudienzeit 24 Monate, verlängerbar auf 36 Monate
STUDIENUMFANG	90 ECTS
PRÄSENZTAGE	56 Präsenztage (38 Wochentage, 18 Samstage)
ANWESENHEIT	In der Regel freitags und samstags, Ausnahmen: Medienreise und Electives
LEISTUNGSNACHWEISE	Klausuren, Präsentationen, Hausarbeiten, Masterarbeit
KOSTEN	25.000 EUR für Selbstzahlende und Teilnehmende aus dem Kreis unserer Förderunternehmen; 32.000 EUR für Angehörige sonstiger Unternehmen, individuelle Finanzierungsmodelle, Studiengebühren steuerlich absetzbar
BERUFSINTEGRATION	Bearbeitung von Fragestellungen aus dem eigenen Unternehmen, z.B. in Projektarbeiten und der Masterarbeit
AUSLANDSMODULE	Curricular verankerte Studienreise ins Ausland, z.B. nach Tokio & Kyoto, São Paulo & Rio de Janeiro und L.A. & Silicon Valley
STATUS	Der EMBA ist durch die Kooperation mit der Universität Hamburg staatlich anerkannt, die EMBA-Studierenden sind an der Universität Hamburg immatrikuliert
AKKREDITIERUNG	Der Studiengang ist akkreditiert durch ACQUIN

Mehr Infos zum Studium

auf dem studentischen HMS-Blog
www.hamburgmediaschool.com/blog

und im HMS-Podcast
www.hamburgmediaschool.com/podcast

IMPRESSUM

HAMBURG MEDIA SCHOOL GMBH

Finkenau 35
22081 Hamburg
www.hamburgmediaschool.com

STUDIENORGANISATION EMBA DIGITAL- UND MEDIENMANAGEMENT

Stefanie Kirschbaum
040 413 468 18
s.kirschbaum@hamburgmediaschool.com

WISSENSCHAFTLICHER LEITER DIGITAL- UND MEDIENMANAGEMENT

Prof. Dr. Armin Rott

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

Christine Kreuzkam
Prof. Dr. Armin Rott

FOTOGRAFIE

Prof. Dr. Armin Rott
Tim Hoppe
Sebastian Isacu

KONZEPTION & ARTDIREKTION

Jan Rosenstock
Christoph Sündermann

LEKTORAT

reisnertext.com

DRUCK

Druckerei Siepmann GmbH

STAND

Dezember 2021