Vollzeit

MBA in Digital- und Medienmanagement

Der Master of Business Administration an der Hamburg Media School

HAMBURG MEDIA SCHOOL

Bereit für morgen

Der MBA in Digital- und Medienmanagement

Der MBA in Digital- und Medienmanagement ist der richtige Masterstudiengang für dich, wenn du Medien liebst, eine Leidenschaft für digitale Themen hast und die betriebswirtschaftliche Seite der Digital- und Medienbranche kennen- und verstehen lernen möchtest.

Der zweijährige Vollzeitstudiengang wird in Kooperation mit der Exzellenzuniversität Hamburg durchgeführt. So bekommst du das Beste aus zwei Welten: wissenschaftliche Fundierung und praktische Relevanz. Der Studiengang kombiniert aktuelle Studieninhalte, eine strenge Qualitätssicherung und einen staatlich anerkannten Universitätsabschluss; gleichzeitig vermitteln dir praxisnahe Dozierende eine MBA-typische Managementausbildung, betriebswirtschaftliches und medienökonomisches Know-how sowie wichtige Kenntnisse strategischer und kreativer Medienprozesse. Dieses Wissen kannst du während der Praxisprojekte, Praktika und Auslandsaufenthalte anwenden und vertiefen. Da du mehrere Projekte mit unterschiedlichen Unternehmen bearbeitest, knüpfst du schon im Studium ein wertvolles Netzwerk für deinen beruflichen Ein- und Aufstieg. Der curricular verankerte Wahlbereich bietet dir darüber hinaus die Möglichkeit, das Studium nach eigenen Interessen und Entwicklungszielen anzupassen. Ob du dabei von deinem eigenen Start-up träumst, deine Zukunft im Online Marketing siehst oder lernen willst, mit Big Data umzugehen: Mit den Spezialisierungstracks und Wahlfächern (Electives) richtest du dein Studium auf deine individuellen Bedürfnisse aus.

Auf diese Weise wirst du in dem intensiven MBA-Programm für den direkten Berufseinstieg als Fach- und Führungskraft in die Digital- und Medienbranche vorbereitet. Nach den vielen Präsentationen, Projekten und Teamaufgaben im Studium sind unsere Absolvent:innen nicht nur fachlich ausgezeichnet vorbereitet, sondern verfügen auch über Sicherheit im Auftritt und die Fähigkeit, sich in immer neue Themen schnell einzuarbeiten. So gestalten sie in allen Schaltstellen und Teilbereichen der Digital- und Medienindustrie die Zukunft dieser attraktiven Branche.

Dass die Hamburg Media School darüber hinaus eng mit Ausbildungs- und Forschungspartnern sowie mit über 50 Digital- und Medienunternehmen vernetzt ist, die sich als Stifter und Förderer engagieren, eröffnet weitere Gelegenheiten, dir bereits im Studium ein eigenes Netzwerk aufzubauen.

Abgerundet wird das Studium durch die intensive, persönliche Betreuung, die familiäre Atmosphäre, kleine Gruppengrößen sowie vielfältige außercurriculare Angebote. Hierzu zählen unter anderem Coaching- und Mentoring-Programme, Hackathons, Wettbewerbe, Netzwerkevents u.v.m.

Die fünf Kernelemente

Curriculum

- Management, Medienökonomie und -produktion in einer wissenschaftlich fundierten, praxisorientierten Ausbildung
- Persönliche Spezialisierung durch Tracks, Electives und Projektauswahl
- Nicht konsekutiv

Praxis

- Reale Beratungs- und Praxisprojekte
- Dozierende aus der Digital- und Medienwirtschaft
- Regelmäßige Gast- und Expert:innengespräche
- Exkursionen zu Digital- und Medienunternehmen

Netzwerk

- Public-private-Partnership mit enger Verknüpfung zur Digital- und Medienbranche
- Alumni-Verein mit weitverzweigtem Netzwerk
- Vielfältige Kontaktmöglichkeiten durch curriculare und außercurriculare Veranstaltungen

Persönlichkeit

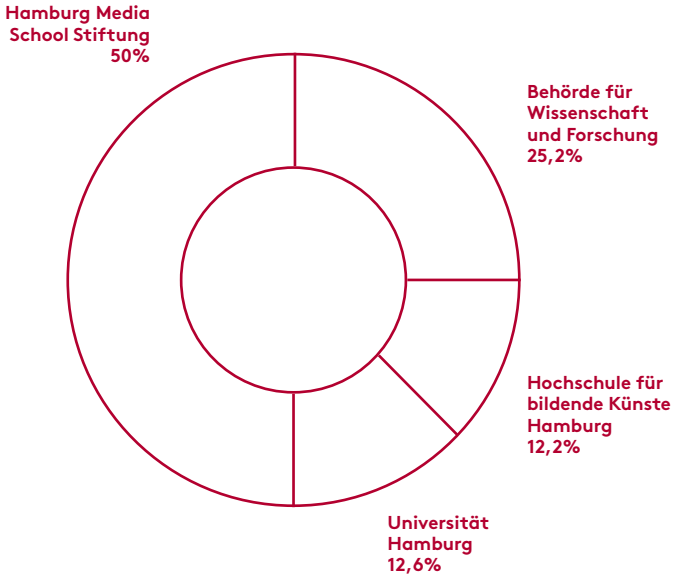
- Regelmäßige Entwicklungs- und Orientierungsgespräche
- Karriere- und Persönlichkeits-Coachings mit ausgebildeten Expert:innen
- Alumni- und Mentoring-Programm
- Feedbackgespräche
- Trainings in Teamwork und Führungsfähigkeiten

Internationalität

- Internationale Studienreise
- Möglicher Auslandsaufenthalt im 5. Term
- Möglichkeit zu einem Auslandspraktikum
- Individuelle Betreuung durch das International Office

Willkommen auf dem Mediencampus

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

Das historische Gebäude der HMS, eine ehemalige Geburtsklinik, ist mit seinen prägnanten roten Klinkern, hohen Decken und langläufigen Fluren eingebettet in den Kunst- und Mediencampus in der Finkenau. Dieser beherbergt neben der HMS auch die Fakultät Design, Medien und Information (DMI) der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW), 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 60 Digital- und Medienunternehmen zusammensetzt. Diese engagieren sich als Stifter und Förderer für die HMS.

Für dich entstehen durch diese besondere Struktur wesentliche Vorteile. Einerseits ist die HMS, anders als private Bildungseinrichtungen, an höchste Qualitäts- und Wissenschaftsstandards gebunden. Zudem wird dir dein Abschluss durch die Exzellenzuniversität Hamburg verliehen. Andererseits profitierst du von dem starken Netzwerk in die Privatwirtschaft und den gegenüber öffentlichen Hochschulen größeren und individuelleren Entscheidungs- und Gestaltungsfreiheiten.

Doch nicht nur durch ihre Organisationsform ist die HMS einmalig in Deutschland. Einzigartig macht sie vor allem ihr Selbstverständnis. Neben der qualitativ hochwertigen fachlichen Ausbildung fördert die HMS auch die persönliche Entwicklung der Studierenden. Dabei helfen die ausgesprochen familiäre Atmosphäre und die persönliche, individuelle und sehr flexibel ausgerichtete Betreuung. Viele Studierende bleiben auch lange nach ihrem Studium der Schule eng verbunden und engagieren sich aktiv in dem großen Alumni-Netzwerk, das u.a. das Alumni-Mentoringprogramm für Studienanfänger:innen, regelmäßige Stammtische, eine Jobbörse sowie HMS-Events wie z.B. Design Sprints und Hackathons organisiert.

Führungskräfte in der Digital- und Medienbranche

Karrierewege unserer Alumni

Die Karrierewege unserer Absolvent:innen sind so vielfältig wie ihre Persönlichkeiten, Talente und Erststudiengänge. Sie arbeiten z.B. als Account Manager bei Google, Bereichsleitung Produktionsmangement bei RTL oder als Projektmanager Digital beim NDR. Zudem sind viele international tätig oder arbeiten im Ausland wie etwa im Silicon Valley, einige machen sich auch nach dem Studium selbstständig. Die beruflichen Perspektiven nach Abschluss des MBA sind breit gefächert und ermöglichen es dir, deine individuellen Karriereziele in der Digital- und Medienbranche zu verfolgen und zu erreichen. Dabei fördern wir dich nicht nur fachlich, sondern unterstützen auch deine persönliche Weiterentwicklung und leisten Orientierungshilfe, damit du als eine bzw. einer unserer Absolvent:innen in der Branche an- und weiterkommst.

„Die sehr praxisbezogene Hamburg Media School war die ideale Ergänzung zu meinem theoretischen VWL-Studium und ein wichtiger Schritt zum erfolgreichen Berufseinstieg. Vom HMS-Netzwerk profitiere ich bis heute."

Kolja Barde

Product Director bei zvoove

Nach seinem Bachelorabschluss in VWL studierte Kolja von 2013 bis 2015 an der Hamburg Media School. Dort sammelte er Praxiserfahrung bei Axel Springer, Unicef und Gruner + Jahr. Nach seinem Berufseinstieg bei der Ganske Verlagsgruppe durchlief er verschiedene Rollen bei ProSiebenSat.1, wo er u.a. ein internes Start-up gründete. Nach einiger Zeit in der UX-Beratung Edenspiekermann, trieb er als Head of Innovation & Growth neue Geschäftsmodelle und Produkte bei der Mediengruppe Hubert Burda Media voran. Seit Mitte 2024 ist er als Product Director bei zvoove tätig. Neben der Leidenschaft für das Bergwandern fasziniert ihn der rasante und technologiegetriebene Medienwandel. Der volkswirtschaftliche Blick aufs große Ganze ist ihm dabei nie verloren gegangen und wird durch die breite Erfahrung in Business-Strategie, User-Centricity und Startup-Execution ergänzt. Die Erfahrungen und Kontakte aus seiner Zeit an der HMS begleiten ihn dabei bis heute.

„Hamburg Media School – das war für mich nicht nur Lehrplan, Vorlesung, Vorträge. Die vielen Kontakte in verschiedene Branchen waren für meine jetzige Karriere mindestens genauso entscheidend."

Isabelle Gardt

Geschäftsführerin OMR

Isabelle Gardt ist Geschäftsführerin und Head of Marketing bei OMR. Im Zentrum ihrer Arbeit steht die Entwicklung der übergeordneten Marketingstrategie von OMR. Sie hat sich außerdem inhaltlich den Themen Diversität und Chancengerechtigkeit in der Arbeitswelt verschrieben. Isabelle ist Mitgründerin von OMR 5050 und hostet den gleichnamigen Podcast, in dem sie genau diese Themen in den Mittelpunkt rückt. Nach ihrem Bachelor in Wirtschaftsinformatik studierte Isabelle von 2013 bis 2015 an der Hamburg Media School. In der Zeit sammelte sie Praxiserfahrung in Projekten bei Pinterest, heise und im betahaus und arbeitete bei metrigo, wo sie Philipp Westermeyer, den Gründer von OMR kennenlernt.

„Die aktuellen Lehrinhalte, Praxisprojekte mit renommierten Medienunternehmen und Fireside Chats mit führenden Köpfen aus der Wirtschaft haben mich hervorragend für den Jobeinstieg vorbereitet. Und das Alumni-Netzwerk ist eine Klasse für sich!"

Philipp Werner

Partner bei Project A

Philipp Werner ist Partner bei Project A, einem führenden VC Investor mit Sitz in Berlin und London, der europäische Start-ups mit Kapital und Zugang zu operativer Expertise unterstützt. Nach seinem Bachelorabschluss in Medienwirtschaft an der Hochschule der Medien Stuttgart mit Auslandsaufenthalt in Bordeaux, studierte er an der Hamburg Media School – seinen zweiten Auslandsaufenthalt verbrachte er an der Paris School of Business. Während seiner Zeit an der HMS wurde Philipp durch ein Stipendium der digital forward GmbH aus Hamburg gefördert und sammelte dort auch Praxiserfahrung im Online Marketing. Nach dem MBA-Abschluss 2014 stieg er unmittelbar bei Project A ein und übernahm dort schnell Führungsverantwortung. Im dynamischen Start-up-Ökosystem laufen ihm regelmäßig HMS-Alumni über den Weg.

Learning by doing

Praxisbezug im Studium

Die enge Verknüpfung von Theorie und Praxis, von Wissenschaft und Wirtschaft macht die Hamburg Media School und den MBA in Digital- und Medienmanagement einzigartig. Dabei ist Praxis für uns nicht nur ein Schlagwort. Die kontinuierliche Anwendung des Gelernten stellt vielmehr das wesentliche Grundprinzip des Studiums dar. Die wissenschaftlich fundierten, aber durch einen hohen Praxisbezug konkret anwendbaren Lehrinhalte bereiten dich für eine Karriere in der Digital- und Medienbranche vor.

Netzwerk

Rund 60 renommierte nationale und internationale Digital- und Medienunternehmen engagieren sich für die Ausbildung an der HMS. So entsteht ein einmaliges Netzwerk, das durch Kooperationen, Projekte, Werkstudierendenjobs, Gastgespräche, Praktikumsplätze, aber auch Stipendien und finanzielle Unterstützung lebendig gemacht wird. Unseren Studierenden bietet sich hierbei die Möglichkeit, bereits früh im Studium wertvolle Kontakte zu Entscheider:innen der Branche zu knüpfen und die Voraussetzungen für einen erfolgreichen Berufseinstieg zu schaffen.

Praxisprojekte

Königsdisziplin und Höhepunkt des Studiums sind die drei Praxisprojekte im zweiten Jahr. 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.

Da du dir das jeweilige Projekt aus einer breiten Auswahl an Themen und Unternehmen aussuchst, kannst du hier deine persönlichen Schwerpunkte entsprechend persönlicher Neigungen und Interessen setzen. So lernst du über die drei Projekte eine große Vielfalt von Unternehmen und Aufgaben kennen und erkundest gleichzeitig, welche Art von Arbeitgeber zu dir passt. Ähnliches gilt auch für die Masterarbeit. Viele Studierende nutzen sie dazu, die in einer Projektarbeit erworbenen Kenntnisse nochmals zu vertiefen.

Gastgespräche & Exkursionen

Geschäftsführer:innen, Gründer:innen, Politiker:innen und Expert:innen aus allen Sektoren der Branche sowie aus Politik und Gesellschaft nehmen sich Zeit, mit dir zu sprechen und in kleinem Kreis von ihren persönlichen Karrierewegen zu berichten. Zu Gast waren neben vielen anderen z.B. Olaf Scholz, Gerhard Delling, Julia Jäkel, Reinhold Beckmann. Zusätzlich finden regelmäßig Exkursionen zu lokalen Digital- und Medienunternehmen und Start-ups statt, die dir Einblicke in den Arbeitsalltag der Branche vor Ort ermöglichen.

Praktika & Werkstudierendenjobs

Der Sommer zwischen dem ersten und zweiten Studienjahr bietet die Möglichkeit, ein Praktikum im In- oder Ausland zu absolvieren. Alternativ nutzen viele Studierende diese Zeit, um ihre Werkstudierendentätigkeit zu intensivieren.

Praxispartner

Auswahl Praxisprojekte

Bauer Xcel Media	Paid Content Modelle für ein vielfältiges Markenportfolio
Der Spiegel	Touchpoint Analyse von jungen Abonnent:innen unter 30 Jahren
Europapark	Newsroom im Freizeitpark
F.A.Z. Frankfurter Allgemeine Zeitung	Nachrichten für die Gen Z
Funke Media Sales	Social Media- & Bewegtbild für Publisher
Gruner + Jahr	ART Digitalstrategie
Joli Berlin	Joli's US Expansion: Developing an Effective Communication and Sales Strategy
NDR	Externe Kommunikation zu Nachhaltigkeit in Medienunternehmen
Otto Group Knowledge Management	KPIs & Dashboard-Entwicklung
Pinterest	Entwicklung einer Marketingstrategie
RTL Deutschland	Konzept zum Produktdesign eines generativen AI Tools
Score Media Group	Vermarktung digitaler, regionaler Nachrichten - Angebote hinter der Paywall
taz	Der beste Platz für die taz im Netz
Ufa	Diversity Recruiting in Zeiten des Fachkräftemangels
Warner Bros. Entertainment	Maßnahmen zur Steigerung der Kinobesuche Jugendlicher
ZEIT Reisen	Social Media als Marketingkanal von ZEIT REISEN

Internationale Erfahrungen gewinnen

Internationales

Auslandsaufenthalte

Im fünften Term hast du die Möglichkeit im Ausland zu studieren. Durch das Freemover-Programm hast du eine Vielzahl an Optionen. Außerdem kannst du den vierten Term für ein Auslandspraktikum nutzen und so nicht nur internationale, sondern auch berufliche Erfahrung sammeln. Egal ob Tel Aviv, Kopenhagen, Paris, Budapest, Kalifornien oder Australien – wir unterstützen dich auf deinem individuellen Weg ins Ausland!

Internationale Studienreise

Im letzten Jahr des MBAs erwartet dich unsere zweiwöchige Studienreise zu wechselnden Reisezielen weltweit. Dort triffst du Digital- und Medienexpert:innen, besuchst Digital- und Medienunternehmen, Nachrichtenagenturen, Botschaften sowie Institute und nimmst an Workshops und Seminaren teil. So lernst du den jeweiligen Medienmarkt kennen und erlebst und reflektierst internationale Trends, Innovationen und Entwicklungen direkt vor Ort. Gleichzeitig erweiterst du deinen persönlichen Horizont, indem du ein Verständnis für die wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und politischen Gegebenheiten des Landes entwickelst.

Inhalte und Aufbau des Studiums

Das Curriculum

Das Curriculum des MBA in Digital- und Medienmanagement ist darauf ausgerichtet, dir in zwei Jahren die doppelte Kompetenz aus Managementwissen und Medienexpertise zu vermitteln.

Das erste Studienjahr bringt dir systematisch das Grundlagenwissen in BWL, VWL und Medienökonomie bei und beschäftigt sich dabei auch bereits mit wesentlichen Inhalten der Digital- und Medienbranche. Die hier gewonnenen Kenntnisse bilden das Fundament für das zweite Jahr, das vor allem durch die intensiven Praxisprojekte sowie die Spezialisierungs- und Profilbildungsveranstaltungen der Tracks geprägt ist und von dir individuell gestaltet werden kann.

So werden in einer gezielten Kombination aus Theorie und Praxis alle Aspekte berücksichtigt, die du als angehende Führungskraft in der Digital- und Medienbranche für den erfolgreichen Berufseinstieg benötigst. Das Studium vermittelt zunächst klassische betriebswirtschaftliche Inhalte. Hierzu zählen Controlling, Bilanzen, Steuern, Organisation und Personalführung. Hinzu kommen Gründungsmanagement und Marketing. Die wirtschaftlichen Grundlagen werden vor allem im ersten Studienjahr gelehrt, aber durch das ganze Studium durch die stetige praktische Anwendung wie z.B. in den Praxisprojekten vertieft und eingeübt. Um dich umfassend auf die Übernahme von Führungsaufgaben in Medienunternehmen vorzubereiten, stehen darüber hinaus Kommunikations- und Führungskompetenzen wie z.B. Zeit- und Projektmanagement, Teamarbeit, Networking und Akquise auf dem Programm.

Die allgemeinen ökonomischen Inhalte werden durch Veranstaltungen mit starkem Medienfokus ergänzt: Grundlagen und Spezifika digitaler Medienmärkte, -unternehmen und -produkte werden vermittelt, Dozierende und Branchenexpert:innen geben im Rahmen von Vorlesungen, Exkursionen und Gastgesprächen Einblicke in die Produktionspraxis und Entwicklung neuer Technologien und Formate. Das Verständnis von Strukturen, Arbeitsabläufen, Geschäftsmodellen und Funktionsmechanismen der verschiedenen Medienteilbranchen bildet so die Grundlage für kompetentes und erfolgreiches Handeln in der späteren Unternehmenspraxis.

Unser MBA-Programm ist interdisziplinär ausgerichtet und vermittelt deshalb auch ein breites juristisches Grundverständnis von Gesellschafts-, Privat- und Wettbewerbsrecht sowie Medien- und Onlinerecht. Zudem runden Lehrinhalte wie z.B. Innovationsmanagement und digitales Produktmanagement/ Corporate Social Responsibility das Curriculum ab.

Curriculum Digital- und Medienmanagement (MBA)

Studienjahr eins

1. Term	2. Term	3. Term	4. Term
General Management ■ Management und Marketing ■ Organisation und Personal	**Rechnungswesen und Bilanzierung** ■ Rechnungswesen ■ Bilanzierung	**Investition und Finanzierung** ■ Investition ■ Finanzierung	**Praktikum/ Werkstudierenden-tätigkeit**
Quantitative Methoden ■ Grundlagen Mathe und Excel ■ Deskriptive und induktive Statistik	**Führen und Verhandeln** ■ Grundlagen der Gesprächs-führung ■ Planspiel Unternehmensführung	**Business Development** ■ Geschäftsmodellentwicklung ■ Gründungsmanagement	
Digital- und Medienökonomie ■ Managerial Economics ■ Produkte, Unternehmen und Märkte digitaler Medien	**Medien- und Kommunika-tionswissenschaften** ■ Theorien und Konzepte ■ Datenerhebung, -auswertung und -visualisierung	**Projektmanagement** ■ Konzepte und Prinzipien ■ Projektarbeit	
Medienrecht ■ Grundlagen Recht ■ Internet- und Medienrecht	**Online Marketing** ■ Grundlagen des Online-Marketings ■ Aktuelle Themen des Online-Marketings	**Digitale Medien-produktion I** ■ Inhalteentwicklung ■ Medienproduktion	
20 ECTS	**20 ECTS**	**20 ECTS**	

Orientierungs- und Entwicklungsgespräche	**Einzel- und Teamcoachings**	**Alumni-Mentoringprogramm**	**Internationale Praktika und Auslandssemester**

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

Curriculum Digital- und Medienmanagement (MBA)

Studienjahr zwei

5.Term	6.Term	7.Term	8.Term
Digitale Medien-produktion II ■ Web- und App-Entwicklung ■ Medien- und Internettechnik	**Weiterführende BWL** ■ Controlling ■ Steuern ■ Unternehmensbewertung	**Internationale Studienreise** 14-tägige Studienreise zu wechselnden Zielen	**Masterarbeit**
Praxisprojekt I	Praxisprojekt II	Praxisprojekt III	
Wahlbereich Aktuelle Themen der Digital- und Medienbranche I Aktuelle Themen der Digital- und Medienbranche I	**Profilbildung** Data und Business Analytics I Start-up und Business Development I Social Media und Online Marketing I	Data und Business Analytics II Start-up und Business Development II Social Media und Online Marketing II	
15 ECTS	15 ECTS	15 ECTS	15 ECTS

Hackathons und Wettbewerbe	**Exkursionen und Gastgespräche**	**Netzwerkevents**	**Bewerbungscoachings**

Genau deins

Spezialisierungs-möglichkeiten

Nachdem du im ersten Studienjahr die wesentlichen Medien-, Management- und BWL-Grundlagen gewonnen hast, bietet sich dir im zweiten Studienjahr die Möglichkeit, individuelle thematische Schwerpunkte zu setzen. Unsere sogenannten Electives sind einzelne Wahlveranstaltungen, die aus einer Reihe aktueller und spezieller Veranstaltungen ausgewählt werden können. Hierzu zählen z.B. Corporate Social Responsibility, Medienpsychologie, Digitales Produktmanagement, Nachhaltiges Marketing, Innovationsmanagement.

Hinzu kommen die Spezialisierungsfächer aus den Bereichen Data & Business Analytics, Start-up & Business Development sowie Social Media & Online Marketing.

Alle Inhalte werden regelmäßig angepasst und überarbeitet. So sorgen wir dafür, dass diese Vertiefungen thematisch aktuell bleiben, tatsächliche Marktrelevanz haben und dir so den größtmöglichen Mehrwert bieten.

„Unser Curriculum schafft es, den Erfordernissen des Marktes gerecht zu werden, die hohen Ansprüche an ein universitäres Studium zu erfüllen und gleichzeitig den sehr individuellen Bedürfnissen und Wünschen der Studierenden zu entsprechen."

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

Data & Business Analytics

Die Digital- und Medienbranche fragt zunehmend nach Absolvent:innen, die gute Kenntnisse der Datenanalyse nachweisen können.

Entscheidest du dich für diesen Track, werden dir gezielt Kompetenzen und Tools zum richtigen Umgang mit Big Data vermittelt. Die möglichen thematischen Schwerpunkte umfassen u.a. die Erhebung, Auswertung und Visualisierung von Daten, Web- und Social-Media-Analyse, Text Mining und Machine Learning. Dabei konzentrieren sich die Inhalte stets auf Business-Relevanz und praktische Anwendbarkeit.

Start-up & Business Development

Du strebst eine Karriere im Business Development an oder möchtest dein eigenes Unternehmen gründen? Im Rahmen dieses Tracks lernst du, Geschäftsideen zu entwickeln und auszuarbeiten. Hierbei unterstützen dich zum einen die Seminarinhalte und Spezialisierungsveranstaltungen wie z.B. Geschäftsmodelldesign, Businessplanung und Start-up-Finanzierung. Zum anderen helfen dir spezielle Coaching-Angebote, das etablierte Gründernetzwerk der HMS sowie das langjährige Know-how in der Gründungsförderung von Studierenden und Alumni, deine Ideen in funktionierende Geschäftsmodelle umzuwandeln.

Social Media & Online Marketing

Karriere im Marketing macht heute nur, wer die digitalen und sozialen Kanäle und Plattformen beherrscht. Von SEO und SEA bis zu Influencer und Content Marketing vermittelt dir dieser Track die wesentlichen Kenntnisse, Instrumente und Maßnahmen in den Bereichen des Social Media und Online Marketings.

Dabei profitierst du vom Expert:innenwissen der HMS, die schon früh den Trend zur Digitalisierung des Marketings erkannt und in ihren Studien-, Weiter- und Konferenzangeboten implementiert und weiterentwickelt hat.

Eine Investition in deine Zukunft

Kosten und Finanzierung

Im Studiengang Digital- und Medienmanagement (MBA) werden Studiengebühren erhoben. Damit diese aber niemanden vom Studium abhalten, vergeben wir zahlreiche Stipendien und bieten den sog. Generationenvertrag an, mit dem man die Studiengebühren erst nach Abschluss des Studiums zahlt (ab 250 EUR monatlich). Gut zu wissen ist auch, dass die Studiengebühren steuerlich absetzbar sind. Einen Teil der Gebühren gibt es so mit der ersten Steuererklärung wieder zurück.

In Summe beträgt der Preis des Studiums 25.000 EUR. Darin enthalten sind alle Kosten für Seminare, Prüfungen und Unterrichtsmaterial. Nicht inbegriffen sind die Kosten für die internationale Studienreise im zweiten Studienjahr sowie die viermal im gesamten Studium anfallenden Semestergebühren für die Universität Hamburg.

Tipps zur Finanzierung

- Zahlungsbeginn nach Studium möglich
- Ratenzahlung ab 250 EUR monatlich
- Studiengebühren steuerlich absetzbar

Zu unseren Stipendien!

Finanzierungsmöglichkeiten

Im individuellen Gespräch wird für alle Teilnehmenden der am besten passende Finanzierungsplan erstellt. Dieser besteht i.d.R. aus einer An-, mehreren Teil- sowie Restzahlungen, deren Höhe du selbst festlegen kannst. Auch ein- oder mehrmalige Sonderzahlungen sind möglich. Darüber hinaus gewähren wir einen Pauschalrabatt von 2.000 EUR (auch bei Gewährung eines HMS-Stipendiums) bei Bewerbungen bis zum 15. Februar.

Stipendien

Wir vergeben jedes Jahr eine begrenzte Zahl an Stipendien, die für Chancengleichheit der Bewerber:innen sorgt. Daher lautet unser Vergabeprinzip: Wer den Bewerbungsprozess erfolgreich durchlaufen und eine Studienplatzzusage erhalten hat, sich das Studium finanziell aber nicht leisten kann, erhält die notwendige Unterstützung.

Neben dem Stipendienprogramm der HMS finden sich in Deutschland zudem noch eine Vielzahl anderer Förderprogramme, für die du dich bewerben kannst. Außerdem kannst du während des Studiums durch BAföG gefördert werden, wenn du einen entsprechenden Anspruch hast.

Werkstudierendentätigkeit

Pro Woche gibt es einen festen unterrichtsfreien Tag, i.d.R. ist dies der Freitag. Diesen Tag kannst du nutzen, um einer Werkstudierendentätigkeit nachzugehen. Dabei bietet sich dir immer wieder die Gelegenheit, Jobs auf dem Campus z.B. als studentische Hilfskraft anzunehmen, die zeitlich flexibel mit dem Studienablauf vereinbar sind.

Steuerliche Vorteile

Durch den Verlustvortrag kannst du deine Studiengebühren als Werbungskosten geltend machen. So erhältst du einen Teil der Gebühren bei deiner ersten Steuererklärung zurück.

Nutze deine Chance – Bewirb dich!

Bewerbung

Voraussetzungen

Für die Zulassung zum Studiengang benötigst du einen Studienabschluss an einer staatlichen oder staatlich anerkannten Hochschule. Da der MBA in Digital- und Medienmanagement nicht konsekutiv ist, ist die Fachrichtung deines grundständigen Studiums nicht relevant. Zusätzlich musst du eine berufspraktische Tätigkeit von i.d.R. nicht unter einem Jahr nachweisen.

Neben diesen formalen Zulassungsvoraussetzungen sind insbesondere deine Leidenschaft für Medien und deine Motivation entscheidend.

Prozess

Die Bewerbung für den Studiengang Digital- und Medienmanagement (MBA) ist ein mehrstufiges Verfahren. Zunächst lädst du alle benötigten Unterlagen über das Bewerbungsportal der Hamburg Media School hoch. Anschließend folgt auf Einladung die Teilnahme an unserem Assessment Center.

Unterlagen

Zum einen benötigen wir die klassischen Bewerbungsunterlagen. Hierzu zählen ein tabellarischer Lebenslauf, dein Abiturzeugnis bzw. der Nachweis eines gleichwertigen Abschlusses, das Zeugnis deines Studienabschlusses sowie eventuelle Nachweise und Zeugnisse über Praktika, Ausbildungen und/oder weitere berufliche Tätigkeiten. Zusätzlich gibst du zwei Referenzpersonen an – eine Praktikerin oder einen Praktiker, mit der oder dem du zusammengearbeitet, sowie eine Professorin oder einen Professor, bei der oder dem du studiert hast. Wenn du deine Hochschulzugangsberechtigung nicht an einer deutschsprachigen Einrichtung erworben hast, benötigen wir außerdem einen Nachweis über deine ausreichenden Deutschkenntnisse. Diese kannst du durch das Deutsche Sprachdiplom der Kultusministerkonferenz – Zweite Stufe – oder ein von der Kultusministerkonferenz als gleichwertig anerkanntes Sprachzeugnis belegen. Über diese Unterlagen hinaus freuen wir uns auf dein Essay. Dieses ersetzt das klassische Motivationsschreiben und fordert dich auf, dich in max. 12.000 Zeichen mit einer von uns gestellten Frage auseinanderzusetzen. Dabei bist du im Stil und Inhalt völlig frei.

Assessment Center

Geeignete Bewerber:innen werden ca. zwei bis drei Wochen nach der jeweiligen Bewerbungsfrist zu einem Assessment Center an die Hamburg Media School eingeladen. Dieses besteht aus persönlichen Gesprächen, Einzelpräsentationen und Gruppendiskussionen. So möchten wir herausfinden, inwieweit deine Fähigkeiten und Persönlichkeit zur HMS und den Anforderungen unseres Studiengangs passen. Dabei spielen deine kommunikative Kompetenz und dein Führungsvermögen eine ebenso große Rolle wie dein Engagement. Gleichzeitig gibt dieser Tag auch dir Gelegenheit, uns und den Campus besser kennenzulernen. Auf das Assessment Center kannst und sollst du dich nicht spezifisch vorbereiten. Wichtig ist, dass du dich nicht nur von deiner besten, sondern vor allem von deiner authentischen Seite zeigst.

Fristen

Das Studium beginnt im Oktober jeden Jahres. Über das Jahr verteilt finden drei Auswahlverfahren statt. Bewirbst du dich bis zum 15. Februar im Early-Admission-Verfahren, sicherst du dir nicht nur frühzeitig einen der begrenzten Studienplätze, sondern auch einen Rabatt von 2.000 EUR auf die Studiengebühren. Die Frist für das Spring-Admission-Verfahren ist der 15. Mai. Der finale Bewerbungsschluss ist der 15. Juli im Final-Admission-Verfahren.

Beratung & Kontakt MBA

Anna Meyring
Studienorganisation
MBA Digital- und
Medienmanagement

Tel.: +49 40 413 468 - 45
E-Mail: a.meyring@hamburgmediaschool.com

Anna berät dich zu allen Fragen rund um das Studium. Zu Inhalten, Curriculum, Ablauf, zu Stipendien und vielem mehr. Sie betreut unsere Studierenden vom ersten Kontakt über die gesamte Studienzeit, hin bis zum Abschluss.

Hier Beratungstermin vereinbaren!

Alles auf einen Blick

Die Fakten

Start	Jährlich zum Oktober
Dauer	24 Monate, studiert in 8 Terms à 3 Monate
Umfang	120 ECTS
Voraussetzungen	Hochschulabschluss (Bachelor, Magister, Diplom), ein Jahr Berufserfahrung (z.B. Praktika, Werkstudierendentätigkeiten etc.)
Abschlussarbeit	Masterarbeit im 8. Term
Abschluss	Master of Business Administration in Digital- und Medienmanagement
Status	Kooperationsstudiengang mit der Universität Hamburg, staatlich anerkannt, berechtigt zur Promotion
Akkreditierung	ACQUIN
Kosten	25.000 EUR, individuelle Finanzierungsmodelle und Teilstipendien aus Stipendienfonds der HMS, Zahlungsbeginn nach Studium möglich, Ratenzahlung ab 250 EUR monatlich, Studiengebühren steuerlich absetzbar
Bewerbung	Onlinebewerbung, Assessment Center
Bewerbungsfrist	Early Admission: 15. Februar; Spring Admission: 15. Mai; Regulärer Bewerbungsschluss: 15. Juli
Präsenz	Mehrfach die Woche (i.d.R. montags bis donnerstags), Anwesenheitspflicht
Spezialisierung	Wählbar im 2. Studienjahr: Data & Business Analytics, Start-up & Business Development, Social Media & Online Marketing

Studienorganisation MBA Digital- und Medienmanagement

Anna Meyring
+49 40 413 468-45
a.meyring@hamburgmediaschool.com

Wissenschaftlicher Leiter Digital- und Medienmanagement

Prof. Dr. Armin Rott

Stand

Juli 2025

Infos und Links zum Studium

HMS-Blog

HMS-Podcast

Hier zur Online-Infosession anmelden

Hier direkt online bewerben