



# West meets East

## Die Kooperation von Hamburg Media School und Shanghai Jiao Tong University



**Dipl.-Ök. Jutta Kehrer**  
Executive MBA-Koordinatorin  
Hamburg Media School  
✉ [j.kehrer@hamburgmediaschool.com](mailto:j.kehrer@hamburgmediaschool.com)

**Bereits zum dritten Mal hatten Studierende der Hamburg Media School die Möglichkeit, im Rahmen ihres Studiums einen Auslandsaufenthalt in China zu absolvieren. Universitärer Partner vor Ort ist die Shanghai Jiao Tong University, eine der ältesten und größten Universitäten Chinas. Der zweiwöchige Aufenthalt im Mai 2008 an der dortigen School of Media & Design bot den Teilnehmern viele wertvolle Einblicke in die Medienwirtschaft Chinas.**

### Kooperationen der Hamburg Media School mit ausländischen Hochschulen

Erfolgreiche Medienmanager müssen nicht nur konzeptiell gut ausgebildet sein und den Heimatmarkt kennen, vielmehr bedarf es auch der Fähigkeit, über den Tellerrand zu blicken und offen zu sein für neue Märkte im Ausland. Um auch diese Fähigkeiten zu schulen, besuchen die Studierenden des berufsbegleitenden MBA-Studiengangs der Hamburg Media School (HMS) in ihrem dritten Studiensemester für zwei Wochen eine ausländische Partnerhochschule.

Für diesen Auslandsaufenthalt konnten zwei renommierte Hochschulen gewonnen werden: zum einen die Jönköping International Business School (JIBS) an der Jönköping University in Schweden, zum anderen die School of Media & Design an der Shanghai Jiao Tong University (SJTU) in China.

Nachdem der erste Jahrgang des Executive MBA in Media Management (EMBA) die JIBS besuchte, konnten der zweite und dritte Jahrgang die Charakteristika des asiatischen und insbesondere des chinesischen Medienmarktes kennenlernen.

### Die School of Media & Design an der Shanghai Jiao Tong University

Bereits 1896 wurde mit der Nanyang Public School der erste Vorläufer der heutigen SJTU gegründet. Nach einer Reihe von Zusammenschlüssen und Ausgliederungen trägt die Universität nun seit Ende der 1950er-Jahre ihren heutigen Namen und vereinigt unter ihrem Dach etwa 20 akademische Schulen mit insgesamt mehr als 40.000 Studierenden an fünf über die Stadt verteilten Standorten.

Die School of Media & Design ist auf dem seit 1985 neu entstandenen Minhang-Campus untergebracht, der sich etwas außerhalb des eigentlichen Stadtzentrums von Shanghai befindet. Neben Master- und Doktorandenprogrammen in „Journalism and Communication“, „Arts“ und „Media Management“ werden dort auch Erststudien („undergraduate programs“) mit den Schwerpunkten „Communication“, „Industrial Design“, „Radio & Television Editing and Directing“ sowie „Art Design“ angeboten.

### Der Kooperations-Kurs „International Media Management: Structures and Strategies in Asian Media Markets“

Im Mittelpunkt der Veranstaltungen an der SJTU steht die Vermittlung grundlegender Kenntnisse zu Strukturen und Strategien in asiatischen Medienmärkten. Besonderer Fokus liegt hierbei natürlich auf den Medienteilmärkten des

Gastlandes. Auch kulturelle, gesellschaftliche und politische Spezifika kommen hierbei nicht zu kurz.

Erreicht wird dies durch einen Kanon von Einzelveranstaltungen (Unterrichtssprache ist dabei Englisch):

- **Structures of Asian Media Markets:** Diese einleitende Vorlesung gibt einen Überblick über sämtliche asiatischen Medienmärkte, um sodann den chinesischen Medienmarkt in diese einzuordnen. Entscheidend für das Verständnis der weiteren Veranstaltungen ist hierbei, dass Medienunternehmen aufgrund ihres Einflusses auf die Gesellschaft in China weiterhin reguliert werden, gleichzeitig aber internationale Investoren im Land erwünscht sind. Dies führt sogar soweit, dass Medienunternehmen geteilt werden in einen inhaltlichen Teil und einen betrieblichen Teil, damit Investoren in letzterem aktiv werden können.
- **Strategies in Asian Media Markets:** Die zweite Veranstaltung zeigt auf, welche Strategieoptionen sich den Unternehmen und Mediengruppen in den verschiedenen Medienteilmärkten bieten und gibt Handlungsempfehlungen für aktuelle und potenzielle Marktakteure je nach Wettbewerbsumfeld und rechtlichen Rahmenbedingungen.
- **Analyzing the Chinese Media Market Characteristics:** Die Besonderheiten des chinesischen Medienmarktes und insbesondere die Herausforderungen an die Medien im Zuge der Liberalisierung werden in dieser Veranstaltung aufgezeigt und diskutiert. Besonders deutlich werden dabei auch die historische Entwicklung und die daraus resultierenden enormen Veränderungsanforderungen unter der Bedingung einer Stabilitätswahrung.
- **Media Groups in China – Investigating Domestic Developments:** Im Rahmen dieser Vorlesung wird die Entwicklung der heute existierenden Media Groups nachgezeichnet. Zusätzlich werden ihre Handlungsmuster herausgearbeitet und analysiert. Hierbei ist zu beachten, dass die Zusammenschlüsse zu Media Groups nicht auf freiwilliger Basis, sondern vielmehr auf Veranlassung der Generaladministration für Presse & Publikationen der chinesischen Regierung erfolgten, sich die Mediengruppen aber mittlerweile den Marktgesetzen stellen müssen, wobei sie aber natürlich weiterhin der staatlichen Kontrolle unterliegen.
- **Intercultural Challenges of Asian Media Markets:** Im Mittelpunkt dieser Veranstaltung stehen kulturelle Unterschiede und Beispiele misslungener Markteintritte ausländischer Unternehmen, die auf mangelnder Berücksichtigung kultureller Differenzen beruhten. Gleichzeitig können die Teilnehmer und Dozenten hier ihre

## TERMINE SEMINARE/TAGUNGEN

- |                   |   |
|-------------------|---|
| <b>01.07.08-</b>  | <b>LOKALRUNDFUNKTAGE 2008</b>   |
| <b>02.07.08</b>   | <b>Nürnberg</b><br><b>Bayerische Landeszentrale für Neue Medien</b>   |
| <b>03.07.08-</b>  | <b>6TH EUROPEAN INTERACTIVE TV CONFERENCE: EUROITV 2008 – CHANGING TELEVISION</b>   |
| <b>04.07.08</b>   | <b>Salzburg, Österreich</b><br><b>ICT&amp;S Center, Universität Salzburg</b>  |
| <b>31.08.08-</b>  | <b>MEDIENWOCHE BERLIN-BRANDENBURG 2008</b>  |
| <b>05.09.08</b>   | <b>Berlin/Potsdam</b><br><b>Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH</b>   |
| <b>26.09.08 -</b> | <b>PROJECTS AND MANAGEMENT IN MEDIA FIRMS: THEORY, METHODS, PROCESSES, AND CHALLENGES</b>   |
| <b>27.09.08</b>   | <b>Göteborg, Schweden</b><br><b>Media Management and Transformation Center, Jönköping International Business School, Jönköping University</b> |
| <b>29.09.08 -</b> | <b>(MOBILE) MEDIA AND THE CHANGE OF EVERYDAY LIFE</b>   |
| <b>02.10.08</b>   | <b>Erfurt</b><br><b>Universität Erfurt</b>  |

gegenseitigen Erfahrungen mit der jeweils anderen Mentalität austauschen.

Abgerundet wird der Kurs durch den Besuch ausgewählter Medienunternehmen in Shanghai und der Möglichkeit zum Gespräch mit Führungskräften. Insgesamt konnten in den vergangenen zwei Jahren fünf verschiedene Unternehmen von Studierenden der Hamburg Media School besucht werden:

- Xinhua Evening News (Wenxin Newspaper Group),
- Xinwen Wubao Newspaper (Shanghai Media Group),
- Shanghai TV Station (Shanghai Media Group),
- Jiefang Daily Group und
- Wenhui Daily.

## Besonderheiten des Aufenthaltes im Mai 2008

Der diesjährige Aufenthalt der Studiengruppe wurde überschattet vom verheerenden Erdbeben in der Provinz Sichuan am 12. Mai 2008, dem mehr als 70.000 Menschen zum Opfer fie-



Studierende der Hamburg Media School zu Gast bei der Xingming Evening News, Shanghai

len. Auch wenn ein Großteil der Nachrichten in chinesischer Sprache verfasst war, konnte auf dem (staatlichen) Kanal CCTV 9 und in der Tageszeitung Shanghai Daily die Berichterstattung auch auf Englisch nachvollzogen werden.

Wurde das letzte Erdbeben mit vergleichbarer Tragweite aus dem Jahr 1976 von den chinesischen Medien noch totgeschwiegen, so dominierte es die Medien während der gesamten zwei Wochen des Studienaufenthaltes. Beachtenswert ist aber nicht nur, dass diese Naturkatastrophe überhaupt in den Medien Erwähnung fand, sondern auch, dass zum ersten Mal in der Geschichte der chinesischen Berichterstattung auch über das Schicksal der einfachen Bevölkerung informiert wurde und nicht ausschließlich über die Rettungsaktionen des Militärs oder die Erlebnisse der Parteifunktionäre.

Das zweite große Ereignis, das die Berichterstattung und das Stadtbild prägte, waren die Olympischen Spiele in Beijing 2008 sowie der Olympische Fackellauf am 20. Mai 2008 in Shanghai. Zwar kam es aufgrund dreier Volkstrauertage zum Gedenken der Erdbebenopfer zu einer dreitägigen Verspätung der Fackel, dies minderte aber kaum die Begeisterung der Shanghaier Bevölkerung für dieses Ereignis. Die Informationen über die Route des Fackellaufs waren in den Medien jedoch spärlich gesät; vor allem aber erschienen sie erst im Nachhinein in der Shanghai Daily.

Aufgrund des „Ausnahmezustands“ der Shanghaier Medien konnten in diesem Jahr leider nur zwei Unternehmen besucht werden: die Xingming Evening News (Wenxin Newspaper Group) und die Xinwen Wubao Newspaper (Shanghai Media Group).

Im Gebäude der Xingming Evening News stand neben der Besichtigung der Redaktionsräume eine Führung durch eine Fotoausstellung zum Erdbeben auf dem Programm. Außerdem erlebten die Studierenden hier, was für eine chinesische Zeitung Leserservice heißt: Die Xingming Evening News betreiben neben der eigentlichen Redaktion auch eine Service-Hotline, die bei sämtlichen Fragen der Bevölkerung weiterhilft, sogar auf Englisch und zukünftig wohl auch auf Deutsch.

Beim zweiten Unternehmensbesuch bei der Shanghai Media Group standen zum einen die Reaktionen der chinesischen Medien auf die CNN-Berichterstattung zur Tibet-Krise bzw. die Aussagen des Kommentators Jack Cafferty vom April 2008 im Mittelpunkt; Cafferty titulierte die Chinesen als „goons and thugs“ (Dummköpfe und Verbrecher), stellte später aber klar, dass er nicht das Volk, sondern vielmehr die Regierung gemeint habe. Zum anderen lag der Fokus natürlich auch hier auf dem Erdbeben. Die Möglichkeit, beim Besuch der Shanghai Media Group an der offiziellen landesweiten Gedenkminute teilzunehmen, war für alle Teilnehmer eine besondere Ehre und wird noch lange im Gedächtnis bleiben.

Abschließend bleibt zu sagen, dass alle Kursteilnehmer wertvolle Erfahrungen sammeln und nicht nur über den Tellerrand, sondern in eine ganz andere Welt blicken konnten, die wir Europäer zwar nicht ohne weiteres voll erfassen, mithilfe solcher Kooperationen wie der der HMS und der SJTU aber zumindest ein wenig besser verstehen lernen können.

Für weitere Informationen zum EMBA an der Hamburg Media School steht Ihnen die Autorin des Beitrages gerne zur Verfügung.