

# Der duale Bachelor-Studiengang „Medien, IT und Management“ an der Hochschule Mainz

In der digitalen Medienwirtschaft werden zunehmend Mitarbeiter mit Schnittstellenkompetenzen gesucht. Betriebswirtschaftliche, technologische und gestalterische Kompetenzen sind gleichermaßen von Nöten, um digitale Medien in hoher Qualität zu konzipieren, zu produzieren und zu vermarkten. In Mainz kann dies seit 2011 ausbildungs- oder berufsintegrierend im Bachelor-Studiengang Medien, IT und Management verbunden werden. Der nächste Bewerbungsschluss ist am 15. Juli.



**Prof. Dr. Sven Pagel**

Hochschule Mainz, Fachbereich Wirtschaft, Professur für Wirtschaftsinformatik und Medienmanagement

[sven.pagel@hs-mainz.de](mailto:sven.pagel@hs-mainz.de)



**Prof. Dr. Thomas Becker**

Hochschule Mainz, Fachbereich Wirtschaft, Professur für Wirtschaftsinformatik

[thomas.becker@hs-mainz.de](mailto:thomas.becker@hs-mainz.de)

---

## Schlüsselbegriffe:

Bachelor-Studium | Medienmanagement | Mediengestaltung | Dual

---

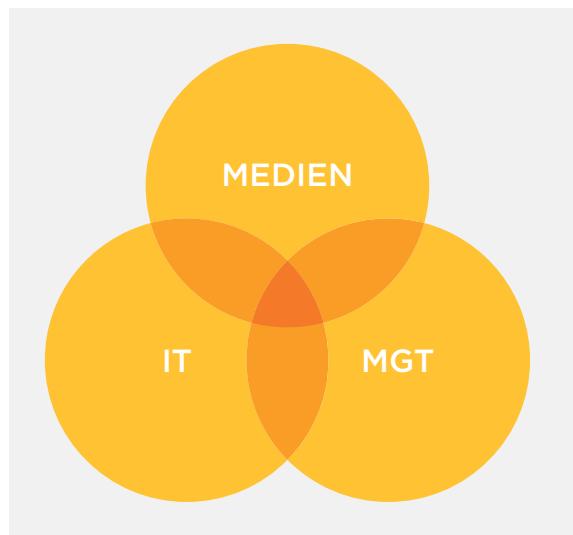
Heutzutage ist fast jedes Unternehmen ein Medien- und IT-Unternehmen. Dort werden einerseits Medien produziert, weil Web-Angebote und Social-Media-Präsenzen angeboten werden. Andererseits verwendet jedes Unternehmen Informationstechnologie, da beispielsweise Internetdienste genutzt, Standardsoftware eingesetzt und Online-Shops betrieben werden. Genau diesen Aspekten und deren Schnittmengen widmet sich der Mainzer Studiengang „Medien, IT und Management“ bereits seit 2011.

Denn bei der Produktion und Vermarktung von digitalen Medien kommen unterschiedliche Kompetenzfelder zusammen. Betriebswirte entwickeln Strategien und Vermarktungskonzepte für mediale Produkte (logische Sicht), Mediengestalter entwerfen die Benutzeroberfläche und die Informationsarchitektur (externe Sicht), Anwendungsentwickler programmieren die zugehörigen Software-Anwendungen, Systemintegritoren administrieren Hard- und Software (interne Sicht). Abbildung 1 visualisiert die Schnittmengen zwischen diesen Sichten. Diese institutionellen Schnittstellen zwischen Wissenschaftsdisziplinen, aber auch Schnittstellen zwischen Anbieter und Mediennutzer oder zwischen Mensch und Maschine in Form von User Interfaces spielen eine zunehmende Rolle in der Medienwirtschaft (Pagel 2015: 7).

Der Bachelor-Studiengang am Fachbereich Wirtschaft der Hochschule Mainz wird in Teilzeit ausbildungs- und berufsintegrierend angeboten, weil die Praxisnähe zu eben jenen Medien- und IT-Unternehmen wichtig ist. Die ausbildungsintegriert Studierenden absolvieren Ausbildungen z.B. zum Mediengestalter, zur Fachinformatikerin oder zum Kaufmann für Marketingkommunikation bei Kooperationsunternehmen. Berufsintegriert Studierende haben einen der genannten Ausbildungsberufe bereits abgeschlossen. Kooperationsunternehmen stammen aus der Medienbranche (Fernsehsender wie das ZDF, Verlagshäuser wie die Verlagsgruppe Rhein-Main und Druckereien wie die Druckerei Wolf in Ingelheim), der Agenturbranche (Dentsu Aegis in Wiesbaden, UDG in Mainz) und der Softwarebranche (SINC in Wiesbaden, Axenton in Mainz).

Die Unternehmen der Digitalwirtschaft haben klare Anforderungen an potentielle Mitarbeiter. Im Personalmanagement werden vier Typen fachlicher und sozialer Anforderungsprofile beschrieben (vgl. Hansen/Oetinger 2001, Hagemann/Obermayr/Günther 2013, S. 24 ff.). Experten mit hoch speziellem Fachwissen werden als „I-Shaped Professionals“ bezeichnet (z. B. Python-Entwickler). Der Buchstabe „I“ symbolisiert dabei das ausgeprägte Tiefenwissen.

**Abb. 1: Schnittstellenkompetenzen zwischen logischer, interner und externer Sicht**



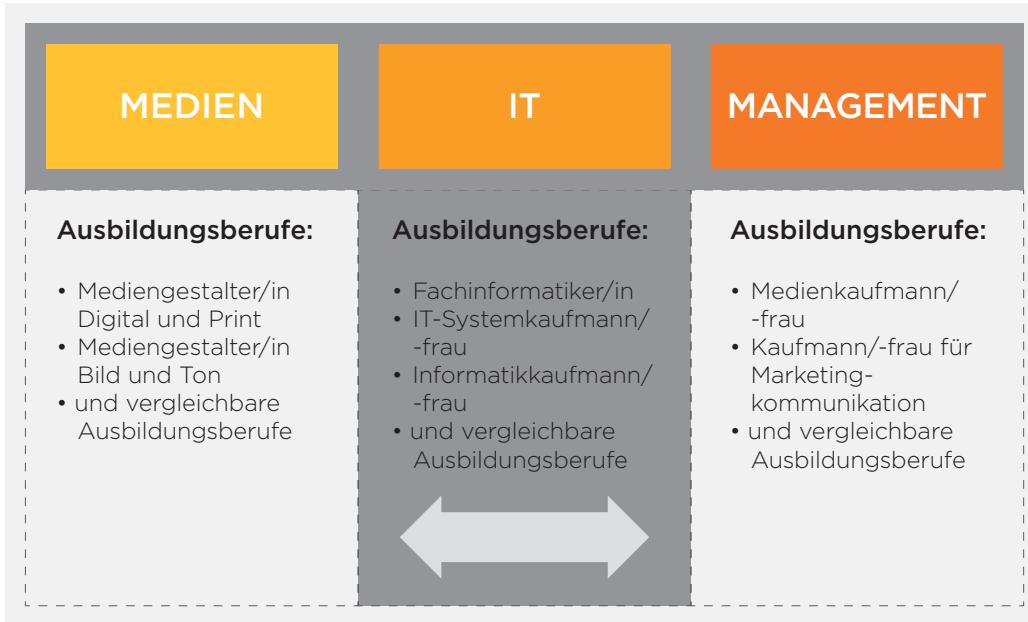
Quelle: Eigene Darstellung

Das Gegenstück sind „Hyphen-Shaped Professionals“, also Bindestrich-Typen, die das Wissen aus zwei Fachgebieten eher oberflächlich verbinden und viel übergreifendes Netzungs-Know-how aufweisen (z. B. Kundenberater). Doch weder reine Spezialisten (I-Form) noch ausgeprägte Generalisten (Bindestrich-Form) können die Herausforderungen digitaler Medien alleine lösen.

Stattdessen ist die sinnvolle Verknüpfung von Spezialistenwissen und Überblicks-Know-how erforderlich. Dies kann durch die „A-Form“ oder die „T-Form“ von Mitarbeiterkompetenzen geschehen. „A-Shaped Professionals“ sind Mitarbeiter, die das Wissen aus zwei Fachdomänen in voller vertikaler Tiefe überblicken. Ein Betriebswirt mit zudem ausgeprägter Publishing-Kompetenz könnte beispielsweise als Content-Strategie arbeiten. „T-Shaped Professionals“ verbinden ein solides Querschnittswissen gleich in mehreren Disziplinen (Medienmanagement, Mediengestaltung, Medieninformatik u. a.) mit sehr fundiertem Tiefenwissen in einer dieser Fachdomänen. „Unser Grundproblem, dass wir einerseits Spezialisten und andererseits Generalisten brauchen, können wir durch ‚Spezialisten mit generellen Anknüpfungspunkten auf hohem Niveau‘ (T-Shaped) lösen. [...] T-Shaped hebt die klassischen Rollen und das Positions-Denken auf.“ (Hagemann/Obermayr/Günther 2013, S. 25 f.). Abbildung 2 verdeutlicht das Mainzer T-Profil.

Genau hier knüpft der Studiengang „Medien, IT und Management“ an. Die Studierenden erhalten Grundlagenwissen in allen drei Kompetenzfeldern Mediengestaltung, IT und BWL. In der jeweiligen Domäne des Ausbildungsberufes eines konkreten Studierenden wird dieses Querschnittswissen vertieft. Hierzu dienen Optionsfächer aus allen drei genannten Disziplinen, spezifische Projektarbeiten (auch in Kooperation mit den Unternehmen) und natürlich auch die abschließende Bachelor-Arbeit. Abbildung 3 zeigt den Studienverlauf mit farblicher Markierung der drei Kompetenzfelder und des Vertriebungsbereichs.

**Abb. 2: T-Shaped Professionals in der Medienbranche anhand des Mainzer T-Profils**



Quelle: Eigene Darstellung

Vorlesungstage sind Freitage und Samstage, so dass die Dual-Studierenden von Montag bis Donnerstag in ihren jeweiligen Unternehmen arbeiten können. In sieben Semestern erwerben ausbildungsinTEGRiert Studierende gleich zwei Abschlüsse (Ausbildung und Studium parallel). Der erste Studierendenjahrgang ist im Wintersemester 2011/12 gestartet, seit dem Sommersemester 2015 haben die ersten Absolventen mit dem Abschluss „Bachelor of Science“ erfolgreich abgeschlossen. Viele von ihnen haben seitdem in ihren Unternehmen neue, noch verantwortungsvollere Aufgaben übernommen, manche haben ihr Studium fortgesetzt. Hierzu bietet sich beispielsweise der Master „IT-Management“ an, der an der Hochschule Mainz konsekutiv studiert werden kann. Bewerbungen für den Bachelor sind bis zum 15. Juli 2016 möglich, für den Master IT-Management bis zum 15. Dezember 2016.

Nicht nur in der Lehre, sondern auch in der Forschung ist der Studiengang durch seine Protagonisten präsent. So haben Studierende im Kurs „Projektmanagement“ an der Ausrichtung der Jahrestagung der Fachgruppe Medienökonomie der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft im Jahr 2014 unter dem Titel „Schnittstellen (in) der Medienökonomie“ mitgewirkt. Forschende Lehre findet auch in Kursen wie „Statistisches Anwendungsprojekt“ statt. So arbeiten die Studierenden in höheren Semes-

tern bei Untersuchungen zu Medienangeboten von Unternehmen und Institutionen wie bspw. der „Alzheimer Forschung Initiative“ in Düsseldorf auch an gesellschaftlich relevanten Themen. Vielfältige Praxisprojekte konnten für renommierte Medienunternehmen wie SWR („Offensiver Datenschutz im SWR“) und HR („Qualitative Studie zum Medienalltag von Early Adoptern digitaler Medien mittels Tagebüchern und Video-Interviews“) sowie für Werbeagenturen wie Ogilvy & Mather („Social Media Listening Analyse“) sowie für IT-Unternehmen wie z.B. Yardi bearbeitet werden.

Für das Jahr 2018 wird derzeit die Reakkreditierung durch die Verantwortlichen vorbereitet. Hierzu ist die Hochschule Mainz im regen Austausch mit den regionalen und überregionalen Kooperationsunternehmen, um den Studiengang auch in Zukunft kontinuierlich weiterzuentwickeln. Weitere Informationen unter mim.hs-mainz.de.

## Literatur:

- Hagemann, D./Obermayr, G./Günther, M. (2013): Agiles Publishing. Neue Wege des Publizierens für Print, Web und Apps. Wolzach.  
 Hansen, M./Oettinger, B. (2001): Introducing T-Shaped Managers. Knowledge Management's Next Generation. In: Harvard Business Review, Vol. 79, No.3, S. 107-116.  
 Pagel, S. (Hrsg.) (2015): Schnittstellen (in) der Medienökonomie, Baden-Baden.

**Abb. 3: Studienverlauf zum Bachelor „Medien, IT und Management“**

Semester VII 25 ECTS / 10 SWS	<b>Unternehmensführung inkl. Business Planning</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>IT Sicherheit</b> <b>5 ECTS / 2 SWS</b>	<b>Human Interaction Usability</b> <b>5 ECTS / 2 SWS</b>	<b>Bachelor-Arbeit inkl. Bachelor-Seminar</b> <b>10 ECTS / 2 SWS</b>	
Semester VI 27,5 ECTS / 15 SWS	<b>Medienmarketing Online-Kommunikation</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>P &amp; O (inkl. Change Management)</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Option I</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Option II</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Praxismodul</b>
Semester V 27,5 ECTS / 15 SWS	<b>Mediensysteme II Content Management Systeme</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>BIS / Web-Analytics</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>E-Business</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Projektmanagement</b> <b>5 ECTS / 2 SWS</b>	<b>15 ECTS / 1 SWS/Sem.</b>
Semester IV 25 ECTS / 15 SWS	<b>Mediensysteme I</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Multimedia Datenbanken und Netze</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Investition &amp; Finanzierung</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Medienrecht</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Buchprojekt</b> <b>5 ECTS / 2 SWS</b>
Semester III 25 ECTS / 16 SWS	<b>Medientechnik II (Bild, Licht, Ton)</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Software Engineering</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Rechnungswesen</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Geschäftsprozessmanagement</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Soziale Interaktion</b> <b>5 ECTS / 2 SWS</b>
Semester II 25 ECTS / 15 SWS	<b>Medientechnik I (Typographie &amp; Print)</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Web-Programmierung</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Journalistische Grundlagen</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Englisch</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Stat. Anwendungsprojekt (Marktforsch.)</b> <b>5 ECTS / 1 SWS</b>
Semester I 25 ECTS / 16 SWS	<b>Grundlagen Medienökonomie</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Programmierung</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Grundlagen IT</b> <b>5 ECTS / 3 SWS</b>	<b>Mathematik / Statistik</b> <b>5 ECTS / 4 SWS</b>	<b>Methodik / Systematik / Präsentation</b> <b>5 ECTS / 2 SWS</b>
Total 180 ECTS / 102 SWS	 <b>Medien</b>	 <b>IT</b>	 <b>Management</b>	 <b>Projekte &amp; Vertiefung</b>	

Quelle: Eigene Darstellung

# Termine

## Mai 2016

---

<b>01.05.2016 – 03.05.2016</b>	EUROPEAN NEWSPAPER CONGRESS WIEN Strategy – Content – Design European Magazine Media Association (EMMA)
<b>02.05.2016 – 03.05.2016</b>	MEDIA CONVENTION BERLIN BERLIN Der internationale Medienkongress in der Hauptstadtreigon Medienboard Berlin-Brandenburg
<b>02.05.2016 – 04.05.2016</b>	RE:PUBLICA 2016 BERLIN Social Media Konferenz Republica GmbH
<b>09.05.2016 – 11.05.2016</b>	MEDIENTREFFPUNKT MITTELDEUTSCHLAND LEIPZIG Leitthema: „Die Wucht des Wandels – In neuen Systemen leben“ Landesmedienanstalten der drei mitteldeutschen Länder Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen gemeinsam mit Unternehmen der Medienbranche, dem Mitteldeutschen Rundfunk und der Stadt Leipzig
<b>23.05.2016</b>	SCHNITTSTELLEN ZWISCHEN MEDIENRECHT UND WIRTSCHAFTSRECHT KÖLN Veranstalter: Institut für Rundfunkrecht und Institut für Medienrecht und Kommunikationsrecht an der Universität zu Köln
<b>25.05.2016</b>	CROSS – DIGITAL MARKETING SUMMIT MANNHEIM Fachkonferenz / BVMM Bundesverband Medien und Marketing

## Juni 2016

---

<b>02.06.2016 – 04.06.2016</b>	ANNUAL EMMA CONFERENCE 2016 PORTO European Media Management Association „Creativity, Coopetition and Uncertainty in Media“
<b>07.06.2016 – 09.06.2016</b>	ANGA COM KÖLN Where Broadband meets Content / Kongress & Messe ANGA Services GmbH
<b>09.06.2016</b>	MÜNCHNER KREIS / KONGRESS MÜNCHEN Digitalisierung transformiert – Deutschlands Gründerzukunft Gesellschaft für Informatik e.V. (GI), Initiative MINT Zukunft e.V., Münchner Kreis e.V., UnternehmerTUM GmbH
<b>23.06.2016 – 02.07.2016</b>	FILMFEST MÜNCHEN MÜNCHEN Internationale Münchener Filmwochen GmbH

## Juli 2016

---

<b>05.07.2016 – 06.07.2016</b>	LOKALFUNKTAGE NÜRNBERG Bayerische Medien-Servicegesellschaft mbH
<b>12.07.2016</b>	INNOVATIONSKONGRESS TV KOMM 2016 STUTTGART Change Media Tasting Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg
<b>12.07.2016 – 13.07.2016</b>	HORIZONT TAGUNG BERLIN Digital Marketing Days 2016