

Managementausbildung rund um Buch und Presse –

Der Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft an der HTWK Leipzig

Foto: © Gabriele Jasmin - FOTOLIA



Prof. Dr. Steffen Hillebrecht

Studiendekan des Studiengangs Buchhandel/Verlagswirtschaft an der HTWK Leipzig

✉ hillebrecht@bum.htwk-leipzig.de

1 Das Ziel des Studiums

Leipzig ist seit vielen Jahrhunderten eine Buchstadt, in den Jahren 1850-1945 vielleicht sogar die bedeutendste Buchstadt im deutschen Sprachraum. Prominente Verlage siedelten sich ebenso an wie bedeutende Buchgroßhändler und zum 1. Januar 1913 die Deutsche Bücherei, als Vorläufer der heutigen Deutschen Nationalbibliothek, der zentrale Sammel- und Dokumentationsort für alle Bücher, die in deutscher Sprache erscheinen. Die Buchbranche wünschte frühzeitig einen Ausbildungsort, in dem Fach- und Führungskräfte für den herstellenden Buchhandel (d. h. die Buchverlage) und für den verbreitenden Buchhandel (also der Buchhandel im engeren Sinne) ausgebildet werden. Dies führte u. a. zur Gründung einer Fachschule für Bibliothekare und Buchhändler, die zum Wintersemester 1991/92 in die Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig (FH) überführt wurde und 1992 die ersten Studierenden im Studiengang Buchhandel/Verlagswirtschaft (BV) aufnahm.

Aufgrund dieser Vorgeschichte übernahm der Studiengang BV die Aufgabe, die Besonderheiten der Buchbranche auf der Basis einer soliden betriebswirtschaftlichen Ausbildung zu vermitteln und so die zukünftigen Fach- und Führungs-

kräfte für den Buchhandel und die Verlagswirtschaft auszubilden. Neben dem Buchhandel und den Buchverlagen werden aufgrund der Branchenentwicklung und vor allem aufgrund der Dynamik in der Medienlandschaft inzwischen auch weitere Aspekte einbezogen, insbesondere pressewirtschaftliche Themen und Fragen rund um das elektronische Publizieren.

2 Der Aufbau des Studiums

Das Studium gliedert sich in ein dreisemestriges Grundstudium und ein fünfsemestriges Hauptstudium, das mit dem Diplom abgeschlossen wird.

Aufnahmevoraussetzung sind die Fachhochschulreife und einschlägige Berufserfahrungen in der Branche, die durch

TERMINE SEMINARE/TAGUNGEN

- | | |
|-------------------|--|
| 24.01.07 - | DER TK-BRANCHENTREFF |
| 25.01.07 | 11. Euroforum-Jahrestagung Telecom Trends, Köln Euroforum |
| 21.02.07 - | DIE ZUKUNFT DER KABEL-TV-NETZE |
| 22.02.07 | 13. Euroforum-Jahrestagung, Frankfurt Euroforum |
| 26.03.07 - | 40. MAINZER TAGE DER FERNSEH-KRITIK - |
| 27.03.07 | Das Fernsehen im digitalen Wettbewerb, Mainz ZDF |

ein sechswöchiges Praktikum oder eine Berufsausbildung nachgewiesen werden. Aufgrund des hohen Andrangs – den 42 Studienplätzen steht in der Regel eine sieben- bis achtfache Bewerberzahl gegenüber – müssen die Studienplätze anhand eines Numerus Clausus vergeben werden, der in den letzten Jahren bei ca. 1,7 lag.

Im Grundstudium werden neben Grundlagen der Branche und kommunikationswissenschaftlichen Elementen auch Buchführung und Rechnungswesen, Allgemeine Betriebswirtschaftslehre, Handelsbetriebslehre, Medienmarketing, branchenbezogene EDV und Fachenglisch gelehrt. Im Hauptstudium stehen Fächer wie Management, Controlling in Medienunternehmen sowie verschiedene Vertiefungsfächer wie Marketing-Management, Markt- und Medienforschung, Produktgestaltung und -entwicklung sowie Unternehmensgründung und -führung auf dem Lehrplan. Je nach Neigung und Berufsplanung suchen sich die Studierenden zwei der vier angebotenen Schwerpunkte als Vertiefungsrichtung aus. Abschließend wird eine Diplomarbeit erstellt.

Zur Vertiefung der Branchenkenntnisse müssen die Studierenden im Verlauf des gesamten Studiums in zwei Projektteams mitarbeiten (z. B. Lehrbuchhandlung, Messteam, PR-Team, Studiengangszeitung) und verschiedene Praktika absolvieren. Bis zum Vordiplom ist ein weiteres Informationspraktikum von sechs Wochen Dauer erforderlich. Das fünfte Semester ist als studienpraktisches Semester mit mindestens 20 Wochen Praxisarbeit vorgesehen.

Eine Umstellung auf Bachelor- und Masterstudiengänge wird derzeit konzipiert. Dabei sollen bewährte Inhalte wie z. B. die Fokussierung des herstellenden und verbreitenden Buchhandels, die starke Praxisorientierung mit Projektarbeit und Praktika sowie eine Integration von kommunikationswissenschaftlichem Basiswissen beibehalten werden.

Als Vorgriff auf die neuen Studiengänge, aber auch im Hinblick auf die Anforderungen aus der Wirtschaft, kooperiert der Studiengang BV bereits jetzt mit der Universität Leipzig im Masterprogramm Medienmanagement Leipzig¹, das Absolventen einen nicht-konsekutiven Master in Web Content Management oder in Technologies of Multimedia Production anbietet. Außerdem wird zum Wintersemester 2006/07 gemeinsam mit einem Netzwerk europäischer Hochschulen ein European Master in Publishing² vorbereitet. Unter Federführung der University of Oxford Brookes und in Zusammenarbeit mit der Université X-Nanterre in St. Cloud und der Univerza v Ljubljani in Slowenien können die Studierenden jeweils ein Semester in einem anderen Land verbringen und so neben fachlichen Qualifikationen auch social skills wie z. B. interkulturelle Kommunikation einüben. Dieser Studiengang steht Absolventen aller Hochschulen

weltweit offen, die eine Verlagsneigung zeigen und bereits einen ersten qualifizierenden Studienabschluss (Diplom, Bachelor usw.) vorweisen können. Dieses Programm ist kostenpflichtig, steht aber mit einer Teilnahmegebühr von ca. 4.500 Euro durchaus im Rahmen vergleichbarer Fortbildungsprogramme.

3 Der Dialog mit der Praxis

Ein besonderes Merkmal der FH-Studiengänge ist die Praxis- und Berufsorientierung. Neben den bereits erwähnten Praktika und Projektarbeiten wird der Dialog mit der Praxis in gemeinsamen Forschungsprojekten (z. B. zur Akzeptanz von Fachzeitschriften oder zum Relaunch von Publikumszeitschriften und zu Buchprogrammen) und in der regelmäßigen Konsultation mit einem Beirat aus Firmenvertretern gesucht. Diesem Beirat gehören u. a. Geschäftsführer von Fachverlagen, von Presse- und Buchgroßhändlern und der Vorsteher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels an. Das PR-Team des Studiengangs lädt regelmäßig führende Persönlichkeiten der Branche (Verleger, Chefredakteure großer Nachrichtenmagazine, Vorstände aus Zeitungsverlagen und von Buchfilialisten) ein, um mit ihnen die Entwicklung der Branche zu diskutieren.

4 Die Berufschancen der Absolventen

Seitdem 1996 die ersten Absolventen in das Berufsleben eintraten, hat der Studiengang BV bis heute ca. 250 Absolventen in die Praxis entlassen. Aufgrund der Struktur der Buchhandels- und Verlagswirtschaft sucht der größte Teil der Absolventen einen Arbeitsplatz außerhalb der Region Leipzig, bevorzugt in klassischen Buchstandorten wie München, Frankfurt/Main, Köln, Hamburg und Berlin. Die Berufschancen sind dabei erfreulich gut, mit Ausnahme der Krisenjahre 2001 und 2002 konnten 90 % der Absolventen bereits 6 Monate nach Studienabschluss einen Arbeitsvertrag vorweisen.

Die Erfahrung zeigt, dass ungefähr die Hälfte einen Arbeitsplatz in einem Buchverlag annimmt, z. B. als Assistent/in der Vertriebs- oder Marketingleitung oder der Geschäftsführung oder auch als Volontär/in, z. B. im Produktmanagement, im Bereich Foreign Rights (Ein- und Verkauf von Rechten und Lizenzen) oder in der Pressearbeit. Ein Drittel der Absolventen nimmt Herausforderungen im Buchhandel wahr, z. B. als Trainee bei einem Filialisten oder als Abteilungsleiter bei einem Großflächen-Buchhändler. In diesem Kreise finden sich darüber hinaus auch regelmäßig Existenzgründer, die eine eigene Buchhandlung eröffnen bzw. übernehmen. Das übrige Sechstel der Absolventen liegt „weit verstreut in der Medienbranche“. Das heißt, dass der Einstieg in die Unternehmensberatung ebenso vorkommt wie die Karriere als Leiter Pressearbeit und Corporate Com-

munications bei einer Düsseldorfer Privatbank, als Fachredakteurin für die Medienindustrie bei einem Hamburger Branchenverlag oder auch als Assistentin der Geschäftsleitung eines Privatradoveranstalters in Sachsen. Den weiteren Verlauf der Karriere bestimmen naturgemäß Begabungen, Interessen und Chancen. So finden sich im Kreise der Leipziger Alumni inzwischen Geschäftsführerinnen von Buchhandlungen, Gesamtvertriebsleiterinnen großer Buchverlage und ähnliches. Derartige Positionen können nach ca. sechs bis acht Jahren Berufstätigkeit möglich sein.

Anmerkungen

- 1 Weitere Informationen zum Masterprogramm Medienmanagement Leipzig sind erhältlich unter <http://www.mml-leipzig.de>.
- 2 Weitere Informationen zum European Master in Publishing sind erhältlich unter http://ah.brookes.ac.uk/publishing/europe/ecmap_dr.html.

Impressum

Herausgeber:

Prof. Dr. Mike Friedrichsen,
Universität Flensburg

Prof. Dr. Martin Gläser,
Hochschule der Medien Stuttgart

Prof. Dr. Thomas Hess,
Ludwig-Maximilians-Universität München

Prof. Dr. Jörn Kruse,
Helmut-Schmidt-Universität Hamburg

Prof. Dr. Insa Sjurts,
Universität Hamburg / Hamburg Media School

Chefredaktion:

Prof. Dr. Insa Sjurts, Universität Hamburg /
Hamburg Media School

Dipl.-Ök. Jutta Kehr, Hamburg Media School (Assistenz)

Verlag:

New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

Tel. 040 – 609 009-0

Fax 040 – 609 009-15

e-Mail: info@new-business.de

Verleger:

Peter Strahlendorf

Kfm. Geschäftsführung:

Antje-Betina
Weidlich-Strahlendorf

Koordination:

Katrin Sassenhausen

Gestaltung:

Nina Leinemann

Vertrieb:

Angelika Schmidt

Anzeigen:

Jens Jansen

Anzeigendisposition:

Christa Günthert

Druck und Lithos:

Lehmann Offsetdruck
GmbH, Norderstedt

Bezugsbedingungen: Jahresabonnement 69,- € (zzgl. Versandkosten und USt.), Studentenabonnement 49,- € (zzgl. Versandkosten und USt.). Das Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht mit einer Frist von vier Wochen zum Ende des Bezugszeitraumes schriftlich gekündigt wird.

Erscheinungsweise: 4-mal jährlich

Namentlich gekennzeichnete Artikel müssen nicht die Meinung der Herausgeber/Redaktion wiedergeben. Unverlangt eingesandte Manuskripte – für die keine Haftung übernommen wird – gelten als Veröffentlichungsvorschlag zu den Bedingungen des Verlages. Es werden nur unveröffentlichte Originalarbeiten angenommen. Die Verfasser erklären sich mit einer nicht sinnentstellenden redaktionellen Bearbeitung einverstanden.

ISSN 1613-0669

Titelfoto: getty images, Photodisc Collection, Chad Baker