



Berufs-
begleitend

Executive MBA in Digital- und Medienmanagement

**Berufsbegleitend
zum Master an der
Hamburg Media School**

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.

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
-

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.

Vorteile und Besonderheiten

Mehr als ein Studium

Wir machen den Beruf zum Studium

Der EMBA an der HMS ist nicht nur berufs begleitend, 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.



Willkommen auf dem Mediacampus

Die Hamburg Media School

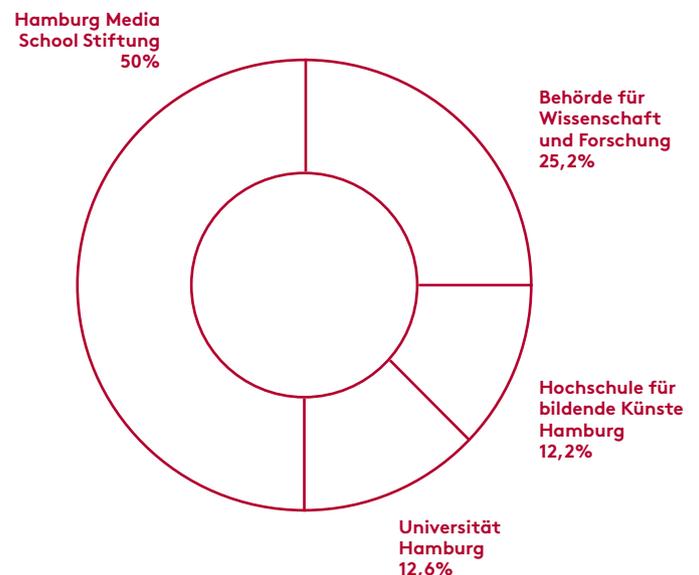


Seit ihrer Gründung im Jahr 2003 steht die Hamburg Media School (HMS) für eine wissenschaftliche, praxisorientierte und interdisziplinäre Ausbildung in den Bereichen Digital- und Medienmanagement, Journalismus und Film.

Mit fünf Masterstudiengängen und einem Bachelorstudien-gang 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 Geburts-klinik, 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 über 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 Werkstudierendentätigkeiten oder wertvolle Kontakte.

„Wissenschaftlich geerdet und praktisch anwendbar“

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 nebenbei 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. Ein-

zigartig 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?

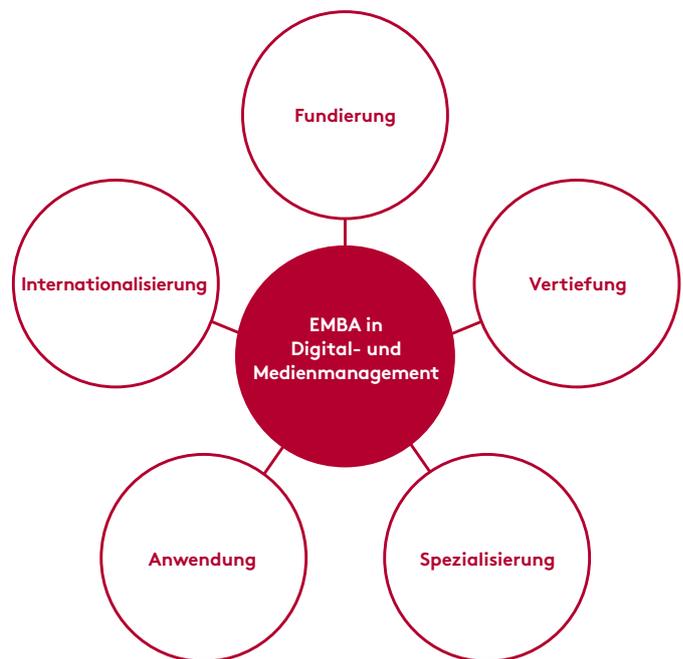
Wir wollen in den Fächern langfristiges Strukturwissen schaffen und nicht nur tagesaktuellen Modethemen hinterherlaufen. Trotzdem stehen alle Fächer ständig auf dem Prüfstand der Relevanz. Gerade das berufsbegleitende Studium lässt weder Zeit für akademische Glasperlenspiele noch für Branchenbuzzwordbullshit.

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
-

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 Entscheidungsszenarien 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, Web- und Appentwicklung, Innovationsmanagement, Nachhaltiges Marketing oder Konsumentenverhalten.

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.

Curriculum Executive MBA in Digital- und Medienmanagement (EMBA)

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

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

Global denken, mit internationalem Weitblick managen

Internationalität

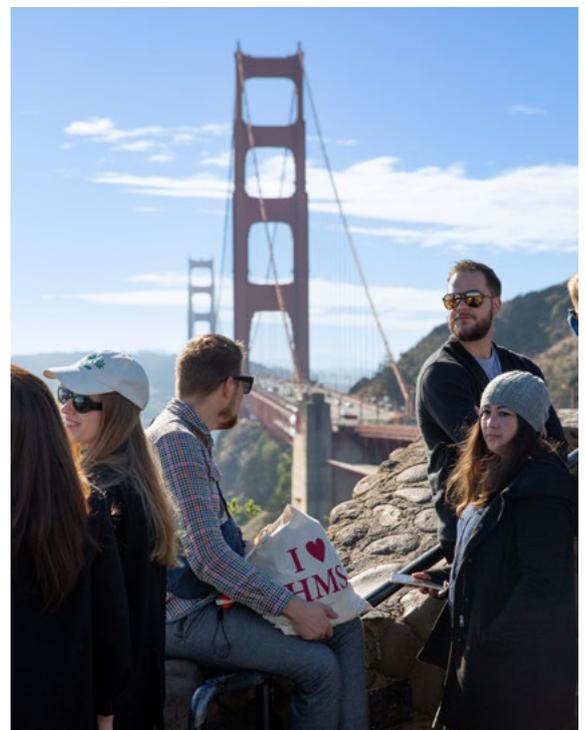
An der Hamburg Media School wird nicht nur im heimischen Seminarraum gelehrt und gelernt, sondern darüber hinaus global an den spannendsten Orten der Welt.

Internationale Studienreise

Die curricular verankerte internationale Studienreise führt uns regelmäßig für bis zu zwei Wochen in internationale Medienmärkte weltweit. Tokio, Seoul, St. Petersburg und Moskau, Südkorea und Dubai, Rio de Janeiro, Kapstadt und St. Johannesburg, Shanghai, Hongkong und Teipeh, San Francisco und Silicon Valley – 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 Meta, Pinterest, Airbnb – genauso wie bei erfolgreichen Start-ups, Publishern, Ad-Tech-Unternehmen, Deutsche Botschaften und Auslandskorrespondenten. 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

Chief of Staff und Beraterin der CEO & Eigentümerin der Bauer Media Group

Anna van Koetsveld absolvierte ihren Bachelor-Abschluss in International Business Management and Studies in den Niederlanden und Südkorea. Bereits während ihres Studiums begann sie im Jahr 2010 bei Gruner + Jahr zu arbeiten – erst als Praktikantin, später u.a. in Positionen wie Projektmanagerin beim STERN oder Publishing Managerin der Verlagsgruppen FOOD und WOMEN. Im August 2017 übernahm sie die Leitung der neu geschaffenen BRIGITTE Academy, einer Weiterentwicklungsplattform mit digitalen und Print-Inhalten sowie Events zu den Themen Finanzen, Karriere und Gesundheit, die sie maßgeblich mitgestaltete. Seit 2020 ist Anna in der Bauer Media Group tätig, wo sie zunächst als Managing Director der Bauer Women KG begann, bevor sie später in die internationale Geschäftsführung wechselte und seither als Chief of Staff und Beraterin der CEO & Eigentümerin Yvonne Bauer tätig ist. In ihrer aktuellen Position profitiert sie von einem ganzheitlichen Einblick in das international ausgerichtete Medienunternehmen und kann hierbei besonders ihr Wissen aus dem MBA in Medienmanagement einbringen.

„Es ist der richtige Mix aus wissenschaftlicher Fundierung und praktischer Anwendung, ergänzt durch ein beeindruckendes Netzwerk, das über die Studienzeit hinaus von Bedeutung ist.“



Dominik Stawski

Leitender Redakteur Audio, Podcasts & Streaming beim stern

Dominik studierte zwischen 2004 und 2009 in Eichstatt 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 als Reporter zum STERN, gründete das Magazin STERN CRIME und führte später das Auslandsressort. Inzwischen leitet er die Podcast-Aktivitäten des stern. 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.

„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.“



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 – Stellv. Chefredakteur
- 27Kilometer Entertainment – Managing Partner
- Axel Springer Schweiz – Chefredakteur Stocks
- Axel Springer Verlag Vertriebs GmbH – General Manager Bild Nord/West
- Bauer Media Group – Chief of Staff to CEO & owner
- Bauer Media Group – Stellvertretende Verlagsleiterin
- Bauer Media Audio Portugal – COO
- Berliner Galerien Kunstkalender – Leitender Redakteur
- Beiersdorf – Global Category Manager Media
- Bissinger[+]GmbH – Geschäftsführerin
- Department M Agentur – Account Director Influencer Marketing
- Der deutsche Fernsehpreis – Programmleitung
- DPV Deutscher Pressevertrieb – Teamlead Digital Publishing
- Edel Kids Books – Digital Project Manager
- Facebook – Client Partner
- Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH – Projektmanagerin in der Geschäftsführung
- Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH – Leiterin Zentrales Marketing
- finews.ch – Editor, Digital Media Production
- FVW Medien GmbH (dfv Mediengruppe) – Product Owner
- Gruner + Jahr (stern) – Leitender Redakteur Audio, Podcasts & Streaming
- H World International – Director E-Commerce
- Institut für berufliche Bildung – Projektkoordinatorin
- Intervox Production Music GmbH – Head of Copyright & Licensing
- Klammt Mediengruppe – Assistenz der Verlagsleitung
- Lëtzebuurger Journal – Managing Director
- MackMedia GmbH & Co. KG – Leiter Animation, Marken & Lizenzen
- Madsack Travel GmbH & Co. KG – Senior Key Account Manager
- Medienhaus der Erzdiözese Wien – Projektmanager Online
- MeterPan GmbH – Projektmanagerin
- NEW WORK SE – Senior Product Manager
- OMR – Ramp 106 GmbH – Business Development
- Otto GmbH & Co KG – Senior Product Manager Apps
- Parship – Head of Sales
- Presse Fachverlag GmbH & Co. KG – Chefredakteur
- RADIO BOB – Geschäftsführer
- Ringier AG, cash – Stellv. Chefredakteur
- RND Redaktionsnetzwerk Deutschland – Senior Business Development Manager
- RTL Deutschland – Head Of New Channels
- RTL Studios – Business Development
- Schlütersche Fachmedien – Business Owner Industriemedien
- Seven Games Network GmbH – Managing Director
- SinnerSchrader Studios GmbH – Senior Account Manager
- smartclip AG – Director Business Development
- Spil Games – COO
- Splitscreen Studios GmbH – Consultant
- Studio Hamburg Media Consult International (MCI) GmbH – Kaufmännische Leitung
- Telefonica – Leiter Brand Strategy and Engagement
- SWR FS-Wissenschaft – Chefin vom Dienst
- Telefonica – Leiter Brand Strategy and Engagement
- Territory GmbH – Projektmanagerin
- Verband Deutscher Zeitschriftenverleger – Senior Director Print und Digitale Medien
- Voxago – Geschäftsführer
- Warner Broser Entertainment GmbH – Director Finance Local Productions & Acquisitions
- ZEIT Verlagsgruppe – Director Magazines
- Zwilling J.A. Henckels Deutschland GmbH – Supervisor Social Media

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 auszuloten, 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.: +49 40 413 468 - 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 Studienzzeit, hin bis zum Abschluss.



Kosten & Finanzierung

Die Studiengebühren für den berufs begleitenden 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. Zudem vergeben wir jedes Jahr eine begrenzte Anzahl an Stipendien.

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

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 Tage (38 Wochentage, 18 Samstage), zzgl. 9-tägige Studienreise
Anwesenheit	In der Regel freitags und samstags, Ausnahmen: Studienreise 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, Stipendien, 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

Studienorganisation EMBA Digital- und Medienmanagement

Stefanie Kirschbaum
+49 40 413 468-18
s.kirschbaum@hamburgmediaschool.com

Wissenschaftlicher Leiter Digital- und Medienmanagement

Prof. Dr. Armin Rott

Stand
September 2024

Infos und Links zum Studium

[HMS-Blog](#)

[HMS-Podcast](#)

[Hier zur Online-Infosession anmelden](#)

[Hier direkt online bewerben](#)

