



Hamburger Materialien zur Medien-Information 82

**Projektteam BelAMI Final Cut
Ralph Schmidt (Hrsg.)**

Wir sind dann mal weg...

**Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von
Alumni im Berufsfeld Medien & Information
- Projektbericht -**

Hamburg 2018

 **HAW
HAMBURG**

Hamburger Materialien zur Medien-Information

Schriftenreihe zur Theorie, Methodik und Praxis der Medieninformationsarbeit

82

**HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE
WISSENSCHAFTEN HAMBURG**
Hamburg University of Applied Sciences

Hamburger Materialien zur Medien-Information 82

Projektteam BelAMI Final Cut
Ralph Schmidt (Hrsg.)

WIR SIND DANN MAL WEG ...

Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von
Alumni im Berufsfeld Medien & Information
– Projektbericht –



Projektbericht

HAW Hamburg, Januar 2018

Der Projektbericht ist ein Ergebnis des Forschungs- und Entwicklungsprojekts BelAMI Final Cut – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information

Das Vorhaben ist als fächerübergreifendes Studienprojekt nach § 16, Abs. 4, Punkt 7 der Prüfungs- und Studienordnungen des Studiengangs Bachelor of Arts in Medien und Information (Media and Information) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg (University of Applied Sciences) vom 29. Februar 2012) ein studienbegleitender Teil der Bachelorprüfung.

Berichtnummer: FB Bul-2018-1

Berichtsart: Projektbericht

Titel des Readers: Wir sind dann mal weg ... – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information

Reihentitel: Hamburger Materialien zur Medien-Information – Schriftenreihe zur Theorie, Methodik und Praxis im Medien-Informationsmanagement ; 82

Autor/ Autorinnen:	Michael Chahabi Anousheh Damia Liesa Engel Sophie Godemann	Lena Heitmann Laura Mettke Sophie Petersen Louisa Schäfer	Svenja Suck Paula Töpfer Jennifer Trunschel Melanie Westphal
-----------------------	---	--	---

Projektleitung Prof. Dr. Ralph Schmidt M. A.

Kontakt Tel.: 040 42875-3603
E-Mail: rais.schmidt@haw-hamburg.de

Institution Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg
Fakultät Design – Medien – Information
Abteilung Information
Finkenau 35
22081 Hamburg
URL: <http://www.haw-hamburg.de/dmi-i.html>

Seminarlaufzeit: 28. September 2017 bis 1. Februar 2018

Berichtsschluss: 19. Januar 2018

Projekt-Website: <https://www.haw-hamburg.de/dmi-i/forschung/belami-final-cut.html>

Redaktion:	Sophie Godemann Lena Heitmann Sophie Petersen	Louisa Schäfer Svenja Suck Jennifer Trunschel
------------	---	---

Endlektorat: Ralph Schmidt
für orthografische, Satzzeichen- und Stilfehler übernimmt der Lektor keine Verantwortung

Satz & Gestaltung Forschungsagentur : rais, Hamburg

Titelfoto: Ludwig-Erhard-Haus, Berlin
Quelle: Pixabay, Neu-Ulm: Hans Braxmeier & Simon Steinberger GbR
<https://pixabay.com/de/aufz%C3%BCge-architektur-1590608/>

Abstract.

WIR SIND DANN MAL WEG ...

Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information – Projektbericht

Projektteam BelAMI Final Cut
Ralph Schmidt (Hrsg.)

Der Reader dokumentiert die Ergebnisse einer Verbleibstudie über 101 ehemalige Studierende des Bachelor-Studiengangs Medien und Information (Mul) und 41 ehemalige Studierende des Masterstudiengangs Information, Medien, Bibliothek (IMB) an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg.

Ziel der Studie ist es zum einen, mögliche Berufsfelder für die zukünftigen Absolventen zu identifizieren, zum anderen die Qualität der Studiengänge zu überprüfen. Mittels einer Onlineumfrage wurden 234 Bachelor-Alumni und 81 Master-Alumni, die in den letzten fünf Jahren ihren Abschluss gemacht haben, unter anderem zu folgenden Themen befragt: Wo können die Studierenden nach ihrem Abschluss arbeiten? Welche zusätzlichen Erfahrungen brauchen sie? Welche Fähigkeiten sind im jeweiligen Job nützlich? Was sind die Hauptaufgaben? Neben der Frage, welche Studieninhalte im Arbeitsleben noch verwendet werden können, wurde auch nach fehlenden Inhalten gefragt. So gibt die Studie auch Aufschluss darüber, inwiefern sich die Studiengänge noch entwickeln können. Zusätzlich zu den jetzigen Berufsfeldern sollte untersucht werden, wie sich die Medienberufe entwickeln werden und welche Berufe und Tätigkeiten nach Einschätzung der Alumni an Bedeutung gewinnen.

Im ersten Teil der Studie geht es um die Kontaktdatenrecherche, das Erstellen und Verschicken des Fragebogens sowie die Veranschaulichung der Umfrageergebnisse. Angeschlossen daran gibt es einen bebilderten Vergleich ausgewählter Ergebnisse zwischen der vorausgegangenen Verbleibstudien von 2007, von 2013 mit der jetzigen. Im darauf folgenden Spezialdossier werden die Zukunft der Medienberufe und die Bedeutung und Chancen für künftige Absolventen erörtert.

Im Weiteren berichten in insgesamt zwölf Interviews Bachelor- und Masterabsolventen von ihrem Werdegang, ihrem Beruf und ihren Erfahrungen. Die Ergebnisse einer Talk-Runde mit drei ehemaligen Studierenden, die über ihr Studium und ihre Erfahrungen bei der Jobsuche gesprochen haben, folgen im Anschluss an die Interviews.

Als zentrale Ergebnissen der Belami-Studie hat sich herausgestellt, dass die meisten ehemaligen Absolventen des Bachelor- und Masterstudiengangs ihren ersten Job über eine offizielle Ausschreibung bekommen haben und zum großen Teil in einem Unternehmen der PR-, Marketing- und Werbebranche arbeiten. Zu den Tätigkeitsbereichen der Alumni zählen vor allem Projektmanagement und Qualitätsmanagement. Im Studium haben den Absolventen vor allem (Online-)Marketinginhalte gefehlt, bei den Mastern zusätzlich BWL. Für den Bachelorstudiengang würden sich immerhin über 80 Prozent noch einmal entscheiden; für den Masterstudiengang 72 Prozent.

Die meisten Alumni glauben, dass die Digitalisierung für die Zukunft der Medienberufe eine große Rolle spielen wird: Social-Media-Marketing wird immer interessanter und wichtiger.

Neben der schriftlichen Ausarbeitung der Ergebnisse der Studie wurde ebenfalls eine Website mit den wichtigsten Erkenntnissen angelegt. Das Wesentliche über die Entstehung der Website und der Inhalte befindet sich im letzten Teil der Studie.

DESKRIPTOREN

* Medien und Information * Absolventen * Alumni
* Umfrage * Arbeitsmarkt * Berufsfeld *
Internetwirtschaft * Informationsausbildung *
Kompetenz * Verbleibstudie * Digitalisierung *
Medienberufe * Bibliothek *

Inhalt.

Teil I – BASICS

1 PROJEKTZIELE. PROJEKTORGANISATION.	13
Zur Situation	13
Die Projektziele	13
Der Auftrag	13
Die Auftraggeberin	13
Das Projektmanagement	14
Der Arbeits- und Zeitplan	15
Das Projekt in Zahlen	15

Teil II – SURVEY

2 KONTAKTRECHERCHE	16
Recherche der fehlenden Kontaktdaten der Bachelor-Alumni	16
Die Mul-Alumni-Datenbank	16
Recherche der fehlenden Kontaktdaten	16
Pflege der Alumni-Datenbank	17
Ergebnisse und Schlussfolgerungen	17
Recherche der fehlenden Kontaktdaten der Master-Alumni	17
Xing-Recherche	17
Facebook- und Google-Recherche	18
3 ENTWICKLUNG DES FRAGEBOGENS	19
Entwicklung von Themenfeldern	19
Entwicklung der Fragen	19
Themenfeld »Zur Person und zum Studium« im Bachelor-Fragebogen	19
Themenfeld »Weitere Abschlüsse und Erfahrungen« im Bachelor-Fragebogen	20
Themenfeld »Weitere Abschlüsse und Erfahrungen« im Master-Fragebogen	21
Themenfeld »Erster und derzeitiger Job«	22
Themenfeld »Persönliche Einschätzung des Berufs«	26
Themenfeld »Studium und Studieninhalte«	27
Themenfeld »Goldener Tipp« – Abschlussfragen	29
4 ERSTELLUNG UND VERSAND DES FRAGEBOGENS	32
Auswahl des Umfragetools	32
SosciSurvey und SurveyMonkey	34
UmfrageOnline und GoogleForms	34
Erstellung des Fragebogens	35
Einarbeiten des Fragenkatalogs in das Umfrage-Tool	35
Fragebogen-Finetuning	37
Pre-Test der Bachelor- und Masterfragebögen anhand fiktiver Personas	37
Die sechs Test-Personas	38
Erstkontakt zu den Alumni und Fragebogenversand	41
First Contact – die erste Annäherung	41
Der Fragebogen ist fertig – die finale Mail	42
Ergebnisse und Schlussfolgerungen	42
Drei Reminder	42

5 AUSWERTUNG DER UMFRAERGE ERGEBNISSE	44
Es soll ja auch schön aussehen ...	44
Bachelor-Auswertung der Fragen zu Studium und Studieninhalten	44
Bachelor-Auswertung der Fragen zum Beruf	48
... auch für die Master	57
Master-Auswertung der Fragen zum Studium und Studieninhalten	57
Master-Auswertung der Fragen zum Beruf	61
Unterschiede zwischen Bachelor- und Master-Alumni	68
Studium und Studieninhalte	68
Beruf	68

6 WER MACHT'S BESSER? VERGLEICH DER BELAMI-STUDIEN VON 2007, 2013 UND 2018	70
Vergleichsaspekte	70
Studieninhalte	74
Strategien der Berufsfindung	75
Branchen des ersten Jobs	75
Tätigkeitsbereiche	75
Gehalt	76
Lessons Learned	76

7 SPEZIALDOSSIERS – KÜNFTIGE BERUFSPERSPEKTIVEN DER MUIS	77
---	----

Teil III – EXPLORATION

8 ALUMNI-INTERVIEWS	81
Zwischen Dokumentenmanagement und Projektarbeit – Interview mit Martin	81
Als Schnittstellenmanagerin zwischen Entwicklern und Beratern – Interview mit Christine Hansen	84
Fällt einem da nicht die Decke auf den Kopf? – als SEO-Specialist im Home-Office – Interview mit Rebecca Klose	87
Alles unter einem Hut als Projektmanagerin in einer Digitalagentur – Interview mit Nina Halbig	90
Selbstständig und angestellt: The Best of Both Worlds – Interview mit Mario Galla	94
Der Mix macht's – zwischen Online-Marketing und Direktmarketing – Interview mit Julia Deldar	97
Muss es immer ganz oder gar nicht sein? Eine halbe Leitungsstelle – Interview mit Isabelle Jährg	100
Als Produktmanager bei der Zeit – Journalistische Produkte und Freiheit fördern – Interview mit Dorothee Wagner	104
Zeit lassen und Zeit nehmen – der Einstieg als Junior Produktmanagerin – Interview mit Lara Köster	107
Sei bereit, Neues dazu zu lernen, um dich weiterzuentwickeln – Interview mit Sarah Gladiator	110
Direkt nach dem Studium die Karriereleiter hinauf – Interview mit Lisa Bickhardt	114
9 TALKSHOW	117
»Und was kann man mit deinem Studium werden?« – Gruppendiskussion mit drei Absolventinnen	117
Wie lief die Talkshow denn so ab? – eine Zusammenfassung	122

Teil IV – PRESENTATION

10 VOM DATENSATZ ZUR WEBSITE	123
Die Detailseiten »Rund ums Studium« und »Interviews«	125
Planung, Erstellung und Pflege der Unterseite »Alumni-Talkshow«	128
Planung, Erstellung und Pflege der Unterseite »Über das Projekt«	129

Teil V – ESSENTIALS

11 ZUM SCHLUSS: SIEBEN GOLDENE TIPPS	131
12 BELAMI FINAL CUT – TAKEAWAYS	133
LITERATUR	135

ANHÄNGE

Bachelor-Fragebogen _____	137
Master-Fragebogen _____	154
Übersicht. Projektarbeitspapiere. _____	171

Bildverzeichnis.

Bild 1	Arbeits- und Zeitplan im Projekt BelAMI Final Cut _____	14
Bild 2	Kontaktdaten der Bachelor-Alumni vor der Recherche _____	16
Bild 3	Kontaktdaten der Bachelor-Alumni nach der Recherche _____	17
Bild 4	Vollständigkeit der Kontaktdaten der Master-Alumni nach der Recherche _____	18
Bild 5	Frage 1 zum Namen des/der Ehemaligen _____	19
Bild 6	Frage 2 zu Jahr und Monat der Übergabe des Abschlusszeugnisses _____	19
Bild 7	Bachelor-Frage 3 zu Aktivitäten direkt nach dem Studium _____	20
Bild 8	Bachelor-Frage 3.1 zu Aktivitäten bei Auslandsaufenthalt _____	20
Bild 9	Bachelor-Frage 3.2 zu Art und Ort eines angeschlossenen Masterstudiums _____	20
Bild 10	Bachelor-Frage 3.3 zu Art und Ort eines weiteren Bachelorstudiums _____	21
Bild 11	Master-Frage 3 nach vorangegangenem Bachelorstudium _____	21
Bild 12	Master-Frage 4 nach Zufriedenheit mit vorangegangenem Bachelorstudium _____	21
Bild 13	Master-Frage 5 zu Aktivitäten direkt nach dem Studium _____	21
Bild 14	Master-Frage 5.1 zu Aktivitäten bei Auslandsaufenthalt _____	22
Bild 15	Bachelor-Frage 4 zum Beginn des ersten Arbeitsverhältnisses _____	22
Bild 16	Bachelor-Frage 5 zum Namen des ersten Arbeitgebers _____	22
Bild 17	Bachelor-Fragen 6 und 7 zu Abteilung und Funktion in der ersten Arbeitsstelle _____	22
Bild 18	Bachelor-Frage 8 zur Größe des ersten Arbeitgebers _____	23
Bild 19	Bachelor-Frage 9 zum Standort des ersten Arbeitgebers _____	23
Bild 20	Bachelor-Frage 10 nach Branche des ersten Arbeitgebers _____	23
Bild 21	Bachelor-Frage 11 nach dem Kontakt zum ersten Arbeitsgeber _____	24
Bild 22	Bachelor-Frage 12 nach der Art des ersten Arbeitsverhältnisses _____	24
Bild 23	Bachelor-Fragen 12.1 und 12.2 zur Selbstständigkeit _____	24
Bild 24	Bachelor-Frage 13 zu Tätigkeitsbereichen in der ersten Arbeitsstelle _____	25
Bild 25	Bachelor-Frage 14 zum Einstiegsgehalt _____	25
Bild 26	Bachelor-Frage 15 zum derzeitigen Arbeitsverhältnis _____	25
Bild 27	Bachelor-Frage 24 zur Zufriedenheit in der derzeitigen Arbeitsstelle _____	26
Bild 28	Bachelor-Frage 25 zu Faktoren der Arbeitszufriedenheit _____	26
Bild 29	Bachelor-Frage 26 zu Faktoren einer idealen Arbeitsatmosphäre _____	27
Bild 30	Bachelor-Frage 27 zur Verwendbarkeit der Studieninhalte _____	27
Bild 31	Bachelor-Frage 28 zu hilfreichen Wahlpflichtmodulen _____	28
Bild 32	Bachelor-Frage 29 zu hilfreichen Kompetenzen aus dem Studium _____	28
Bild 33	Bachelor-Frage 30 zu hilfreichen Studieninhalten _____	29
Bild 34	Bachelor-Frage 31 zur Studienzufriedenheit _____	29
Bild 35	Bachelor-Frage 32 zur Bedeutung des Praxissemesters _____	29
Bild 36	Bachelor-Frage 33 zur Entscheidung für den Studiengang Mul _____	29
Bild 37	Bachelor-Frage 34 zu zukünftigen Berufsfeldern in Medien & Information _____	30
Bild 38	Bachelor-Frage 35 zu zukünftigen Tätigkeiten in Medien & Information _____	30
Bild 39	Bachelor-Frage 36 zu Berufstätigkeiten, die an Bedeutung verlieren _____	30
Bild 40	Bachelor-Frage 37 zur persönlichen Berufsperspektive _____	30
Bild 41	Bachelor-Frage 38 nach dem Goldenen Tipp _____	31
Bild 42	Bachelor-Frage 39 nach Mitwirkung bei einem Interview _____	31
Bild 43	Danke-Seite der Online-Umfrage _____	31
Bild 44	Beispielansichten für die Auswertungsdarstellung bei UmfrageOnline _____	34
Bild 45	Beispielansichten für die Erstellung eines Fragebogens bei GoogleForms _____	35
Bild 46	Header des Fragebogens _____	35
Bild 47	Einleitungstext des Fragebogens auf Seite 1 _____	36

Bild 48	Auswahl der geeigneten Fragetypen _____	36
Bild 49	Konkrete Erstellung einer Frage _____	36
Bild 50	Mail an die Alumni mit dem Link zur Umfrage _____	37
Bild 51	Wie gut konnten die Alumni die Studieninhalte im Beruf verwenden? _____	44
Bild 52	Welche Wahlpflichtmodule waren im Nachhinein für die Alumni besonders hilfreich? _____	44
Bild 53	Welche Skills aus dem Studium können die Alumni im Beruf noch verwenden? _____	45
Bild 54	Welche Inhalte im Studium hätten den Alumni außerdem in ihrem Job weitergeholfen? _____	46
Bild 55	Wie zufrieden waren die Alumni mit dem Bachelor-Studium? _____	46
Bild 56	Für wie hilfreich bewerten die Alumni ihr Praxissemester hinsichtlich des Erfolgs bei der Berufswahl? _____	46
Bild 57	Würden sich die Alumni noch einmal für den Bachelorstudiengang entscheiden? _____	47
Bild 58	Angaben der Alumni, wie die Zeit nach dem Bachelor verbracht wurde _____	48
Bild 59	Dauer zwischen dem Bachelor-Abschluss und dem Berufseinstieg _____	49
Bild 60	Der Weg, wie die Bachelor-Alumni zu ihrem ersten Job gekommen sind _____	49
Bild 61	Die aktuelle Jobsituation der Bachelor-Alumni _____	50
Bild 62	Logos der zwei am häufigsten genannten Unternehmen, in denen die Bachelor-Alumni arbeiten _____	50
Bild 63	Unternehmen, aus denen die Bachelor-Alumni noch nicht gewechselt sind _____	50
Bild 64	Einordnung der Unternehmen in verschiedene Branchen, in denen die Bachelor-Alumni tätig sind _____	51
Bild 65	Die verschiedenen Abteilungen, in denen die Bachelor-Alumni arbeiten _____	51
Bild 66	Positionsbezeichnungen der Bachelor-Alumni aus dem ersten und dem derzeitigen Job _____	52
Bild 67	Tätigkeitsbereiche der Alumni _____	52
Bild 68	Unternehmensgröße im Bachelor-Einstiegsjob _____	53
Bild 69	Verteilung der ersten und derzeitigen Unternehmen der Bachelor-Alumni in Hamburg _____	53
Bild 70	Weltweite Standortverteilung des ersten und derzeitigen Unternehmens, in denen die Bachelor-Alumni tätig sind _____	54
Bild 71	Angaben zum Gehalt und zum Arbeitsverhältnis im ersten Job der Bachelor-Alumni _____	54
Bild 72	Angaben zum Gehalt und Arbeitsverhältnis im derzeitigen Job der Bachelor-Alumni _____	55
Bild 73	Zufriedenheit der Bachelor-Alumni in ihrem derzeitigen Job _____	55
Bild 74	Faktoren, die für die Bachelor-Alumni am Arbeitsplatz von Bedeutung sind _____	56
Bild 75	Hitliste der Dinge, die am Arbeitsplatz nicht fehlen dürfen _____	56
Bild 76	Zufriedenheit der Alumni mit ihrem Bachelorstudiengang _____	57
Bild 77	Gründe zur Entscheidung für einen Masterstudiengang _____	58
Bild 78	Gründe zur Entscheidung für einen Master an der HAW _____	58
Bild 79	Anwendbarkeit der Studieninhalte im Job _____	58
Bild 80	Anwendbarkeit der Skills aus dem Studium im Job _____	59
Bild 81	Studieninhalte, die Alumni sich gewünscht hätten _____	60
Bild 82	Zufriedenheit der Alumni mit dem Masterstudium an der HAW _____	60
Bild 83	Bewertung des IMB-Abschlusses zum Erfolg bei der Berufswahl _____	60
Bild 84	Würden sich die Alumni heute noch einmal für den Master entscheiden? _____	60
Bild 85	Angaben der Alumni, wie die Zeit nach dem Master verbracht wurde _____	61
Bild 86	Dauer zwischen dem Masterabschluss und dem Berufseinstieg _____	61
Bild 87	Der Weg, über den die Master-Alumni zu ihrem ersten Job gekommen sind _____	62
Bild 88	Die aktuelle Jobsituation der Master-Alumni _____	62
Bild 89	Logos der am häufigsten genannten Unternehmen, in denen die Master-Alumni arbeiten _____	62
Bild 90	Unternehmen, in denen die Alumni im ersten und derzeitigen Job arbeiten _____	62
Bild 91	Branchen, in denen die Master-Alumni tätig sind _____	63
Bild 92	Abteilungen, in denen die Master-Alumni arbeiten _____	63
Bild 93	Positionsbezeichnungen der Master- Alumni _____	64
Bild 94	Angaben zu den genannten Tätigkeitsbereichen der Master-Alumni _____	64
Bild 95	Unternehmensgröße im Einstiegsjob der Master-Alumni _____	65
Bild 96	Verteilung der Unternehmen in Hamburg, in denen Master-Alumni arbeiten _____	65
Bild 97	Standortverteilung des ersten und derzeitigen Unternehmens weltweit, in denen die Master-Alumni tätig sind _____	66
Bild 98	Angaben zum Gehalt und Arbeitsverhältnis im ersten Job der Master-Alumni _____	66
Bild 99	Angaben zum Gehalt und Arbeitsverhältnis im derzeitigen Job der Master-Alumni _____	66

Bild 100	Zufriedenheit der Master-Alumni mit ihrem derzeitigen Job _____	67
Bild 101	Merkmale, die für die Master-Alumni am Arbeitsplatz von Bedeutung sind _____	67
Bild 102	Umfrage-Ergebnisse aus der BelAMI-Studie 2007 _____	71
Bild 103	Umfrage-Ergebnisse aus der BelAMI-Studie 2013 _____	72
Bild 104	Umfrage-Ergebnisse aus der BelAMI-Studie 2018 _____	73
Bild 105	Mobiltelefone gestern und heute – Zwischen dem Samsung S55 und dem iPhone 7 liegen Welten _____	77
Bild 106	Laut der befragten Absolventen wird es in ein paar Jahren die klassische Printzeitung nicht mehr geben _____	78
Bild 107	Anordnung der Startseite sowie der einzelnen Detailseiten BelAmi Final Cut auf der HAW-Website im Programm Typo3 _____	123
Bild 108	Ausgabe der Startseite auf der HAW-Website _____	124
Bild 109	Bearbeitung der einzelnen Verteilerseiten – Einfügen von Text und Bildern _____	124
Bild 110	Einfügen von Texten im Textfeld oder als HTML-Code _____	125
Bild 111	Ausgabe der Inhalte auf der Verteilerseite »Rund ums Studium« _____	125
Bild 112	Ausgabe der Vergleichsinhalte auf der HAW-Website _____	126
Bild 113	Gestaltung der Verteilerseite »Interviews« auf der HAW-Website _____	127
Bild 114	Gestaltung der Interviews auf der HAW-Website _____	128
Bild 115	Unterseite »Über das Projekt« _____	129
Bild 116	Screenshots aus der Website »Über das Projekt« _____	130

Tabellenverzeichnis.

Tabelle 1	Gegenüberstellung der verschiedenen Umfrage-Tools _____	33
Tabelle 2	Tabellarische Darstellung der Masterstudiengänge, die die Bachelor-Alumni nach dem Studium begonnen haben _____	48
Tabelle 3	Welche Bachelorstudiengänge schlossen die Alumni vor ihrem Master ab? _____	57

Projektziele. Projektorganisation.

ZUR SITUATION.

Wer sich für ein Studium der Medien und Information entscheidet, betritt unbekanntes Terrain. Was lernt man in diesem Studiengang, wofür soll die Ausbildung gut sein und was kann man damit werden? Im Projekt *BelAMI Final Cut* wurden die Absolventen des Studiengangs der letzten fünf Jahre dazu befragt, und anhand einer Online-Umfrage und persönlicher Interviews mit den Alumni wurden deren Berufswahl und damit die vielen Facetten des Arbeitsmarkts untersucht, für den der Studiengang *Medien und Information* (kurz Mul) ausbildet. Als Vervollständigung der Analysen wurden auch die Absolventen und Absolventinnen* des konsekutiven Masterstudiengangs Information, Medien, Bibliothek (kurz IMB) in die Untersuchungen mit einbezogen.

Wie wichtig klare Aussagen zu den Absichten, Zielen und Inhalten des Studiengangs Mul sind, zeigt sich in den nicht selten realitätsfernen Vorstellungen von Studienanfängern zu den Berufsmöglichkeiten in dem Arbeitsfeld. Um belastbare Erkenntnisse und Aussagen über Arbeitsfelder und -märkte des Tätigkeitsbereichs Medien und Information ermitteln zu können, bedarf es einer möglichst umfassenden und vollständigen Analyse zum Verbleib der Absolventinnen und Absolventen des Studiengangs Mul sowie Untersuchungen zu deren Bewerbungserfolgen und Berufswegen. Auch in der Öffentlichkeitsarbeit der Fakultät Design, Medien, Information kann eine präzisere Darstellung des Kompetenzprofils von Mul-Absolventen dabei helfen, potentiellen Arbeitgebern die Vorteile zu verdeutlichen, die sich aus der Beschäftigung von Mul-Experten und -Expertinnen ergeben.

DIE PROJEKTZIELE.

Das Projekt *BelAMI Final Cut* zielt darauf ab, anhand einer Befragung der Alumni des Studiengangs

* Obwohl aus Gründen der Lesbarkeit im Text die männliche Form gewählt wurde, beziehen sich die Angaben auf Angehörige aller Geschlechter.

Medien und Information die institutionellen und funktionellen Berufsfelder zu identifizieren, zu strukturieren und zu beschreiben, in denen seit Beginn des Bachelorprogramms Mul die Absolventen einen Einstieg in die Erwerbsarbeit gefunden haben. Unter anderem wurden dabei ermittelt:

- Bewerbungsstrategien und Bewerbungserfolge;
- Branchensegmente des Berufseinstiegs und professionelle Funktionen der Absolventen;
- vertragliche Bedingungen und Dotierung der Erwerbstätigkeit;
- Kompatibilität von Studieninhalten und Arbeitsanforderungen;
- Motive für und Zufriedenheit mit der Wahl des jeweiligen Berufsfeldes.

Die Online-Umfrage gibt Auskunft über institutionelle und funktionelle Berufsfelder der Mul-Alumni.

DER AUFTRAG.

Das Projekt *BelAMI Final Cut* folgt dem Auftrag, Berufsbilder und Berufsfelder zu ermitteln, zu systematisieren und darzustellen, in denen Mul- und IMB-Absolventen bereits arbeiten, die für diese Absolventen offenstehen oder die von den Absolventen noch erschlossen werden können. In einem Arbeitsmarktreport werden Segmente, Dynamik und Einflussfaktoren im Arbeitsmarkt Medien und Information analysiert und präsentiert, um für die Studierenden bessere Orientierungsmöglichkeiten zu schaffen und den Abgängern des Studiengangs Hilfen bei der Berufsfindung zu liefern.

DIE AUFTRAGGEBERIN.

Die HAW Hamburg ist mit ihren mehr als 15 000 Studierenden eine der größten ihrer Art in der Bundesrepublik. Praxisorientierte Ausbildung steht im Vordergrund, gefördert durch Forschung und Entwicklung. Das Studiendepartment Information bereitet seit 1993 in einem eigenständigen Studien-

gang Experten für Medien-Informationsmanagement auf die Arbeit in Medienarchiven, Recherche- und Informationsabteilungen von Medienbetrieben und PR-Agenturen vor. Seit dem Jahr 2000 existiert ein Masterstudiengang, der auf dem Mul-Studiengang konsekutiv aufbaut.

Das Department unterhält gute Kontakte zu vielen Hamburger Medienbetrieben, zu den wichtigsten Medieninstitutionen und -unternehmen im ganzen Bundesgebiet sowie zu vielen Medienbetrieben und Ausbildungsstätten im europäischen Ausland. Das Studiendepartment bekennt sich ausdrücklich zum »forschenden Lernen«. Das heißt, einzelne Professoren engagieren sich – oft in Kooperation mit den Studierenden – in anwendungsbezogener Forschung und Entwicklung. In fächerübergreifenden Projekten wie diesem sammeln die Studierenden Erfahrungen in der praktischen Anwendung mediendokumentarischer Methoden und im Projektmanagement.

DAS PROJEKTMANAGEMENT.

Wichtigstes Kommunikationsinstrument innerhalb der Koordination des Projektteams war die Donnerstagsbesprechung am HAW-Standort Finkenau in Hamburg. Während dieser Treffen wurden:

- Ziele und Aufgaben definiert;
- Ideen entwickelt und Vorgehensweisen diskutiert;
- Aufgaben verteilt und Verantwortlichkeiten geregelt;
- Informationen an die Gruppe weitergegeben;
- nach Lösungen für auftretende Probleme gesucht;
- Erfahrungen ausgetauscht;
- Zwischenergebnisse präsentiert;
- konstruktive Kritik geübt und Konflikte geregelt.

Die wichtigsten Ergebnisse einer Besprechung wurden im Protokoll festgehalten, damit sich alle Beteiligten über getroffene Verabredungen, Vereinbarungen und Beschlüsse informieren konnten. Die einzelnen Sitzungen wurden von jedem Teammitglied mindestens einmal geleitet und moderiert. Der Projektleiter verstand sich als fachlich und

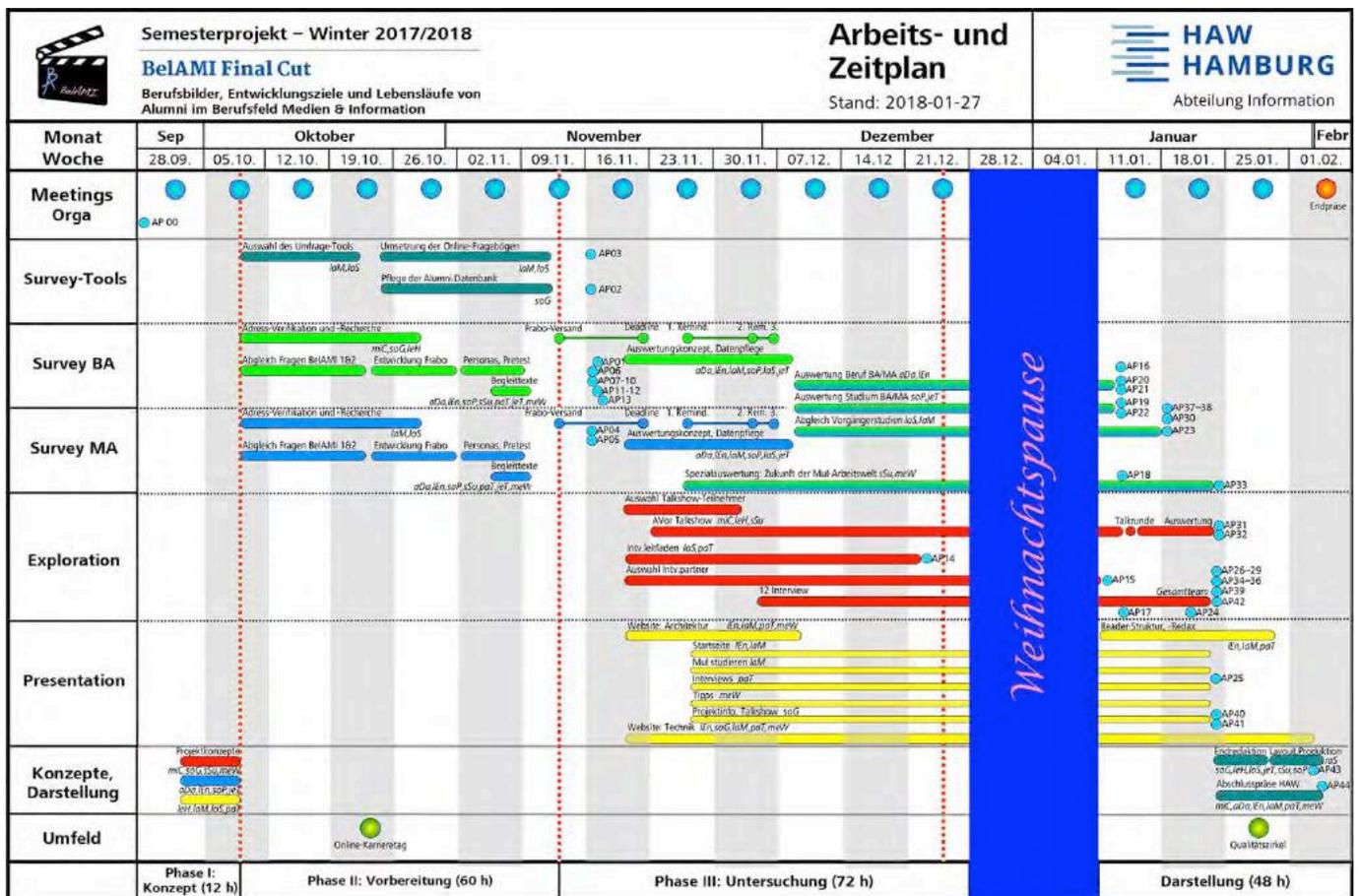


Bild 1: Arbeits- und Zeitplan im Projekt BelAMI Final Cut

methodisch geschulter und erfahrener Begleiter des Projekts. Beratende Funktion hatte der Leiter des Projekts bei Fragen der Problemstrukturierung, bei Fragen der internen und externen Projektorganisation und bei Fragen der Öffentlichkeitsarbeit und Ergebnisdarstellung.

DER ARBEITS- UND ZEITPLAN.

Eine der Vorgaben im Projekt bestand darin, pünktlich zum Termin der Ergebnispräsentation alle geplanten Arbeiten abgeschlossen zu haben. Die zeitliche Beschränkung durch das Semesterende konnte nur durch eine äußerst restriktive Zeitplanung der Aufgaben und Termine im Projekt aufgefangen werden. Die zwölf Projektmitarbeiter/-innen und der Projektleiter konnten das Projekt termingerecht innerhalb von 17 Wochen abschließen. Somit standen für die Forschungs- und Entwicklungsarbeiten im Projekt BelAMI Final Cut insgesamt die Kapazität von 6880 Zeitstunden oder 4,1 Menschjahren zur Verfügung.

Anhand eines Arbeits- und Zeitplans, der eine Aufstellung aller Arbeitspakete in ihrer zeitlich logischen Abfolge darstellt und Angaben über Terminierungen und Dauer der einzelnen Arbeitspakete gibt, konnte ein strukturierter Überblick über das Projekt gewährleistet werden (*Bild 1*). Der Arbeits- und Zeitplan gibt unter anderem Auskunft über:

- Arbeitsschwerpunkte;
- Arbeitsphasen und deren Abfolge;
- methodische Instrumente und Verfahren;
- Arbeitsprodukte und -teilprodukte;
- Aufwandskalkulation für die einzelnen Arbeitspakete nach Menschtagen;
- Zuständigkeiten für die Arbeitspakete;
- eine Gesamtkalkulation, aus der ablesbar ist, dass alle Aufgaben und Arbeiten im vorgegebenen Zeitrahmen erfüllt werden konnten.

DAS PROJEKT IN ZAHLEN.

Laufzeit: 28. September 2017 bis 1. Februar 2018

Teamgröße: 12 studentische Projektmitarbeiter/-innen (je 12 SWS \approx 18 CPs \approx 540 h)
1 Projektleiter (8 SWS \approx 400 h)

Zeitbudget: 6880 Zeitstunden (7420 im Halbjahr:
23 Wochen – bei 17 Wochen Laufzeit)

Projektumfang: \approx 860 MT (1 Menschtage = 8 h)
 \approx 49,1 MM (1 Menschmonat = 17,5 Arbeitstage)
 \approx 4,1 MJ (1 Menschjahr = 12 Arbeitsmonate)

Kontaktrecherche.

Nachdem entschieden wurde, dass in dem Projekt BelAMI Final Cut sowohl Alumni des Bachelors Medien und Information als auch des Masters Information, Medien, Bibliothek befragt werden sollten, mussten die Kontakte für die Umfrage herausgesucht werden.

RECHERCHE DER FEHLENDEN KONTAKTDATEN DER BACHELOR-ALUMNI.

Die Mul-Alumni-Datenbank

Grundlage bildeten die Daten der Mul-Absolventen aus einer bestehenden Alumni-Datenbank, die zwischen Dezember 2012 und Oktober 2017 ihre Bachelorarbeit angemeldet haben. Den jeweiligen Namen sind, wenn vorhanden, Matrikelnummern, E-Mail-Adressen, Telefonnummern, Wohnort, Abgabebjahr der Bachelorarbeit sowie Infos zum möglichen Masterstudium zugeordnet. Insgesamt enthält die Liste die Daten von 249 Mul-Alumni, von denen bei 13 Absolventen eine E-Mail-Adresse fehlte (Bild 2).

Recherche der fehlenden Kontaktdaten

Bei fünf Prozent der Alumni ohne ermittelbare E-Mail-Adressen musste nach aktuellen Adressen gesucht werden, um sie später kontaktieren zu können. Deshalb wurde angefangen, die jeweiligen Namen zu googlen, um so an erste Anhaltspunkte zu gelangen. Nacheinander wurden dann die Suchergebnisse durchgegangen und die vorgeschlagenen Daten mit den uns bekannten verglichen, damit festgestellt werden konnte, ob es sich um die richtige Person handelt.

Durch die Recherche bei Google konnten beispielsweise Artikel gefunden werden, in denen einige Alumni vorkamen oder die sogar von einem möglichen Absolventen geschrieben worden waren. In solch einem Fall wurden die Zeitungen angeschrieben und um mehr Informationen über den Autor oder die Person, um die es in dem Artikel geht, gebeten. Aus Datenschutzgründen wurden jedoch keine Informationen herausgegeben. Trotzdem wurden die Links der Artikel in eine Extraspalte der Alumni-Datenbank eingefügt.

Ein zweiter Weg, an E-Mail-Adressen der Alumni zu gelangen, führte über die sozialen Netzwerke. In

Xing und LinkedIn wurde nach den Namen der Alumni, zu denen eine E-Mail-Adresse fehlte, gesucht. Über beide Netzwerke konnten neun der 13 Alumni ohne Kontaktdaten ermittelt werden. Um sicher zu gehen, dass es sich auch um die richtige Person handelt, konnte im veröffentlichten Lebenslauf nachgesehen werden, ob diese einen Abschluss in dem Studiengang »Medien und Information« an der HAW gemacht hat. Leider nahm keiner der neun Alumni die versendete Kontaktanfrage an und somit konnten sie auch nicht kontaktiert werden.



Bild 2: Kontaktdaten der Bachelor-Alumni vor der Recherche

Von einem Alumnus konnte noch eine eigene Unternehmens-Website gefunden werden, auf der sowohl eine Telefonnummer als auch eine E-Mail-Adresse im Impressum angegeben waren.

Nur drei Absolventen blieben ohne Kontaktdaten.

Insgesamt konnten durch die Recherche zu zehn der Alumni Artikel, Websites oder Social-Media-Profilen gefunden werden.

Pflege der Mul-Alumni-Datenbank

Die bereitgestellte Alumni-Datenbank wurde in ein Google-Docs-Dokument umgewandelt, sodass alle Gruppenmitglieder auf die Datenbank zugreifen und Änderungen vornehmen konnten. Außerdem wurden diese fünf weiteren Spalten eingefügt:

- Xing
- LinkedIn
- weitere Quellen
- Kontaktiert
- Rückmeldung

In den Spalten wurden die gefundenen Social-Media-Profilen oder weitere Links eingefügt. Zudem wurde markiert, wenn eine Person mit einer E-Mail kontaktiert wurde und ob es eine Rückmeldung gab und wenn ja, wie diese war. Hierzu zählte, ob die E-Mail nicht ankam, da die E-Mail-Adresse nicht verfügbar war oder ob beispielsweise schon eine Mail zurückkam, in der stand, dass die Person Lust auf ein persönliches Treffen hätte.

Nach der ersten Kontaktaufnahme wurde somit herausgefunden, dass 18 der kontaktierten E-Mail-Adressen nicht mehr funktionstüchtig waren. Allerdings war von diesen 18 Personen noch eine weitere, funktionsfähige E-Mail-Adresse vorhanden, die ebenfalls kontaktiert wurde, weshalb hier nicht noch einmal recherchiert werden musste.

Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Es kann festgehalten werden, dass von den insgesamt 249 Alumni nur zu drei Personen keine Kontaktdaten zu finden sind und somit zu 99 Prozent der Mul-Alumni Kontaktmöglichkeiten bestehen (Bild 3). Somit konnten zu 4 Prozent mehr Alumni als zuvor mögliche Kontaktierungswege gefunden werden.

RECHERCHE DER FEHLENDEN KONTAKTDATEN DER MASTER-ALUMNI.

Ziel war es, neben den Studierenden des Bachelors Medien und Information auch die Alumni des Masterstudiengangs Information, Medien, Bibliothek zu befragen. Seit 2013 gab es insgesamt 87 Absolventen, die mit dieser Umfrage angesprochen werden sollen. Die Daten der Alumni, das heißt die Namen, idealerweise eine E-Mail-Adresse und das Abgabedatum der Masterarbeit wurden in einer Datenbank festgehalten. Im Vorfeld wurde vereinbart, dass nur Master-Absolventen befragt werden, die bis Oktober 2017 ihre Abschlussarbeit angemeldet haben. Leider fehlten von einigen Alumni, die schon vor längerer Zeit ihr Studium abgeschlossen haben, E-Mail-Adressen. Diese Lücken galt es zu schließen.

Xing-Recherche

In der Recherche wurde folgendermaßen vorgegangen: Aus der Liste wurden die 23 Alumni herausgefiltert, bei denen entweder keine E-Mail-Adresse



Bild 3: Kontaktdaten der Bachelor-Alumni nach der Recherche

oder nur eine HAW-Mail-Adresse vorlag. Ein erster Ansatz die fehlenden Alumni zu finden, war die Suche über Xing. Bevor mit der Suche bei Xing gestartet werden konnte, mussten die Profile, mit denen eine Kontaktanfrage gestellt wurden, erst einmal so ansehnlich gestaltet werden, dass die jeweiligen Personen auch gewillt waren, diese anzunehmen. Das Problem bestand darin, dass mit einem regulären Xing-Profil nur eine Kontaktanfrage ohne Nachricht und demzufolge die Erklärung zum folgenden Anliegen erst nach Bestätigung der Kontaktanfrage rausgeschickt werden konnte. Eine Kontaktanfrage mit einer Nachricht zu versenden ist nur mit einem kostenpflichtigen Premium-Account möglich. Somit hieß es, die erste Hürde der Kontaktaufnahme mit der Bestätigung einer Kontaktanfrage zu überwinden. Essentiell für die Profile waren ein ansprechendes Profilbild und die Information über einen Studiengang an der HAW Hamburg.

Der Großteil der Alumni konnte bei Xing ausfindig gemacht werden und viele haben die erste Kontaktanfrage schnell bestätigt. Daraufhin wurde folgende Nachricht versandt:

Liebe ...,

ich hoffe, es ist in Ordnung, wenn ich dich duze. Im Rahmen eines Projekts an der Uni befragen wir alle Alumni des Studiengangs Medien, Information, Bibliothek. Dies bezüglich haben wir heute unsere erste Mail rausgeschickt, worauf noch ein Fragebogen folgen wird (in der Mail duzen wir alle Alumni, deswegen wollte ich hier nicht hin und her springen). Leider fehlt deine Mail-Adresse in unserer Datenbank. Wärest du so freundlich und würdest mir deine E-Mail schicken, unter der wir dich am besten erreichen können? Wir würden uns freuen, wenn du uns bei unserem Projekt unterstützt.

Liebe Grüße, Louisa

Einige Alumni haben die Kontaktanfrage leider nicht angenommen. Trotzdem konnte über ihr Profil herausgefunden werden, wo sie derzeit arbeiten und im nächsten Schritt auf der Homepage des Arbeitgebers recherchiert werden.

Facebook- und Google-Recherche

Einige wenige Personen konnten nicht über Xing gefunden werden. Bei ihnen wurde versucht, sie über andere soziale Medien, wie zum Beispiel Facebook oder über die Google-Suche zu finden. Zwei Personen konnten über Facebook ausfindig gemacht werden, dort wurde leider nicht auf eine Anfrage und Nachricht reagiert.

Durch die Recherchen konnten 17 fehlende E-Mail-Adressen ermittelt werden.

Den Personen, die nicht über soziale Netzwerke ermittelt werden konnten, wurde eine intensive Google-Recherche gewidmet. In einigen Fällen konnte das Unternehmen und die zugehörige E-Mail-Adresse herausgefunden werden. Falls keine genaue Adresse, aber die Unternehmensmail zu finden war, wurde dieses typische Schema zur Orientierung verwendet und so der Vor- und Nachnamen in die E-Mail-Adresse des Unternehmens eingesetzt.

Somit konnten durch die Recherche 17 neu gewonnene E-Mail-Adressen in die Datenbank hinzugefügt werden. Insgesamt fehlten die Mailadressen von sechs Master-Alumni, die nun leider nicht in der Umfrage berücksichtigt werden konnten (Bild 4).

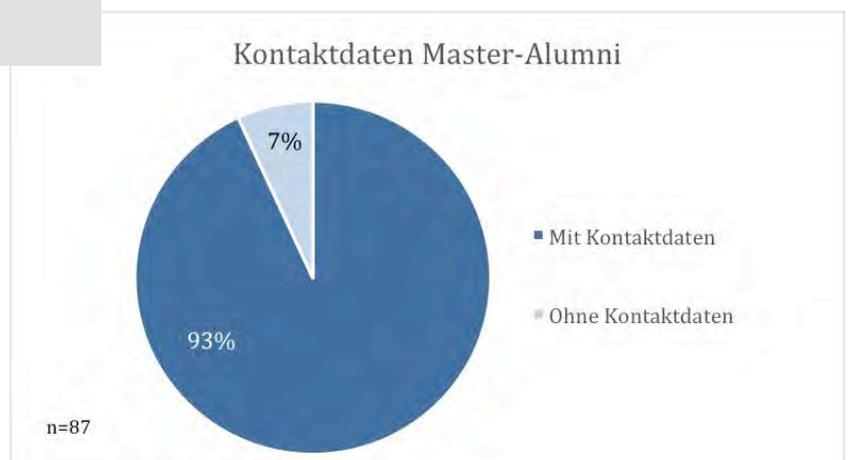


Bild 4: Vollständigkeit der Kontaktdaten der Master-Alumni nach der Recherche

Entwicklung des Fragebogens.

ENTWICKLUNG VON THEMENFELDERN.

Im ersten Schritt wurden Themenfelder für die Fragebögen entwickelt. Dazu wurden die beiden bestehenden BELAMI-Studien von 2007 und 2013 analysiert und neue Themenfelder gesucht. Daraus ergaben sich folgende acht Themenfelder, für die im Anschluss die Fragen entwickelt wurden:

1. allgemeine Angaben zur Person;
2. allgemeine Fragen zum Studium;
3. Fragen zu weiteren Abschlüssen und Erfahrungen;
4. Fragen zum ersten Job;
5. Fragen zum derzeitigen Job
6. weitere Fragen zur persönlichen Einschätzung des Berufs;
7. Fragen zum Studium und Studieninhalten;
8. Abschlussfragen.

ENTWICKLUNG DER FRAGEN.

In den ersten beiden Themenfeldern des Fragebogens werden allgemeine Fragen zur Person und zum Studium des Alumnus abgefragt. Beide Fragen müssen von den Alumni ausgefüllt werden, um den Fragebogen weiter bearbeiten zu können. Danach folgen die Fragen zu den weiteren Abschlüssen und Erfahrung, zum Beruf und zum Studium. Zu jeder Frage werden im Folgenden die jeweilige Funktion und die Erkenntnisziele erläutert und die jeweiligen Antwortmöglichkeiten vorgestellt.

Themenfeld »Zur Person und zum Studium« im Bachelor-Fragebogen

Frage 1: Name

Bei dieser Frage sollen die Alumni ihren vollständigen Namen angeben. Ein beschreibender Text soll die Befragten einerseits beruhigen

und andererseits ermuntern, ihren vollständigen Namen anzugeben, der ist nur für interne Zwecke der Zuordnung und Eingangskontrolle wichtig ist (Bild 5).

Es handelt sich um eine offene Frageform. Die Antwortmöglichkeiten sind durch die beiden Felder »Vorname« und »Nachname« eingegrenzt.

Frage 2: Übergabe Abschlusszeugnis

Diese Informationen sind unter anderem für andere Fragen im Fragebogen wichtig, wie beispielsweise wann der jeweilige Alumnus den ersten Job begonnen hat. So kann herausgefunden werden, wie viel Zeit zwischen dem Abschluss und dem ersten Job lag (Bild 6).

Bei Frage Nummer 2 sollen die Alumni das Jahr und den Monat angeben, in dem sie ihr Abschlusszeugnis der HAW erhalten haben. Das Jahr und den Monat können diese per Dropdown-Menü auswählen. Das vereinfacht es für die Alumni und bietet eine Abwechslung zu dem offenen Antwortfeld.

1. Bitte nenne uns deinen Namen. *

Keine Sorge! Diese Information brauchen wir nur für interne Zwecke der Zuordnung und Eingangskontrolle. Die Auswertung und Präsentation der Daten erfolgt in anonymer Form.

Vorname:

Nachname:

Bild 5: Frage 1 zum Namen des/der Ehemaligen

2. Bitte nenne hier das Jahr und den Monat, wann du das Abschlusszeugnis der HAW erhalten hast.

Jahr *

Monat *

Bild 6: Frage 2 zu Jahr und Monat der Übergabe des Abschlusszeugnisses

3. Erzähle uns doch bitte, wie du die Zeit direkt nach Beendigung des Studiums verbracht hast.

- Direkt in den Beruf eingestiegen
- Ein Praktikum oder Volontariat absolviert
- Eine Auszeit genommen
- Auslandsaufenthalt
- Ein Masterstudium begonnen
- Ein weiteres Bachelorstudium begonnen
- Sonstiges:

Bild 7: Bachelor-Frage 3 zu Aktivitäten direkt nach dem Studium

3.1 Wenn du direkt nach dem Studium im Ausland warst, was hast du dort gemacht?

- Sprachreise
- Praktikum
- Reisen
- Freiwilligendienst
- Sonstiges:

Bild 8: Bachelor-Frage 3.1 zu Aktivitäten bei Auslandsaufenthalt

3.2 Wenn du nach deinem Bachelor noch einen Master begonnen hast, welcher war das und an welcher Hochschule?

Genauere Bezeichnung des Studiengangs:

Name der Hochschule / Universität:

Ort der Hochschule / Universität:

Bild 9: Bachelor-Frage 3.2 zu Art und Ort eines angeschlossenen Masterstudiums

Themenfeld »Weitere Abschlüsse und Erfahrungen« im Bachelor-Fragebogen

Im diesem Themenfeld werden Informationen über den Verbleib der Bachelor-Alumni direkt nach dem Studium erhoben. Die Fragen in diesem Themenfeld enthalten keine Pflichtfelder.

Frage 3: Aktivitäten nach dem Studium

Mit dieser geschlossenen Frage soll in Erfahrung gebracht werden, wie die Alumni die Zeit nach ihrem Studium verbracht haben (Bild 7). Einige Antwortmöglichkeiten wurden aus der BelAMI-Studie 2013 übernommen, zum Teil jedoch umformuliert und um neue Antwortmöglichkeit ergänzt. Hierbei handelt es sich um die Antwort »Auslandsaufenthalt«, die in der vorigen Studie als Auszeit galt und hier als neue Möglichkeit hinzugefügt wurde.

Frage 3.1: Aktivitäten bei Auslandsaufenthalt

Zu dieser Frage (Bild 7) kommt der Befragte, wenn dieser bei Frage 3 die Antwortmöglichkeit »Auslandsaufenthalt« auswählt. Zweck der Frage ist es, in Erfahrung zu bringen, wofür der Auslandsaufenthalt genutzt wurde.

Es wurde sich für eine Auswahl typischer Aktivitäten während eines solchen Aufenthalts entschieden. Zusätzlich wurde ein

Feld »Sonstiges« eingefügt, in dem die Alumni andere Angaben zu ihrem Auslandsaufenthalt machen können, die nicht vorher festgelegt waren.

Frage 3.2: angeschlossenes Masterstudium

Die Antwortmöglichkeit »Ein Masterstudium begonnen« von Frage 3 führt zu Frage 3.2 (Bild 9). Ziel ist, zu erfahren, wo der Absolvent im Anschluss an seinen Bachelor das Masterstudium absolviert hat und für welches Masterstudium er sich entschieden hat. Damit sollte herausgefunden werden, welche Masterstudiengänge möglich sind und welche eine sinnvolle Ergänzung zu dem Bachelor »Medien und Information« bieten.

Die Antwortmöglichkeiten beschränken sich bei dieser Frage auf die genaue Bezeichnung des Studiengangs sowie der Hochschule und des Ortes.

Frage 3.3: weiteres Masterstudium

Zu dieser Frage (Bild 10) kommen jene Befragte, die bei Frage 3 (was die Befragten nach ihrem Bachelorstudium gemacht haben) mit »Ein weiteres Bachelorstudium begonnen« geantwortet haben. Ziel ist es, herauszufinden, ob im Anschluss an den Mul-Abschluss gegebenenfalls eine Umorientierung stattfand beziehungsweise welche Bachelorstudiengänge eventuell zur Vertiefung einer der bereits behandelten Bereiche im Mul-Bachelor gewählt wurden. Die Antwortmöglichkeiten sind in diesem Fall identisch mit jenen von Frage 3.2.

3.3 Wenn du nach deinem Mul-Bachelor ein weiteres Bachelorstudium begonnen hast, welches war das und an welcher Hochschule?

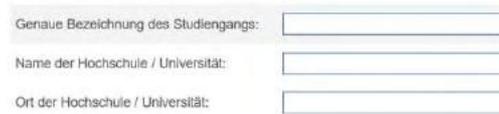


Bild 10: Bachelor-Frage 3.3 zu Art und Ort eines weiteren Bachelorstudiums

Themenfeld »Weitere Abschlüsse und Erfahrungen« im Master-Fragebogen

Frage 3: vorangegangenes Bachelorstudium

Mit dieser Frage (Bild 11) soll ermittelt werden, welcher Bachelor-Studiengang vor Beginn des Masterstudiums abgeschlossen wurde. Die Antwortmöglichkeiten beschränken sich auf den Studiengang, die Hochschule und den dazugehörigen Ort.

Unterschiede zur Frage 3 aus dem Bachelor-Fragebogen gibt es bezüglich der Antwortmöglichkeiten. So wird die Möglichkeit »Jobsuche« gegeben, aber die Antwortmöglichkeiten zu weiteren Studiengängen (Bachelor, Master) fehlen.

Frage 4: Zufriedenheit mit vorangegangenes Bachelorstudium

Diese Frage verfolgt das Ziel, zu erfahren, inwieweit der Alumnus zufrieden mit dem zuvor abgeschlossenen Bachelorstudiengang war.

Diese Antwortmöglichkeit erfolgt in Form einer Skala mit Schieberegler. Dies bringt ebenfalls Abwechslung für die Alumni beim Ausfüllen des Fragebogens.

3. Welches Bachelor-Studium hast du vor deinem Masterstudium abgeschlossen?

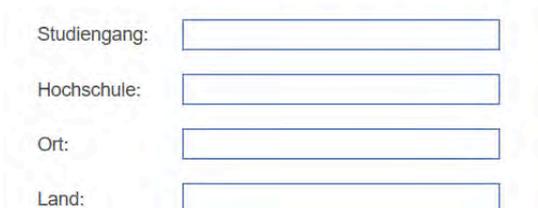


Bild 11: Master-Frage 3 nach vorangegangenem Bachelorstudium

4. Wie zufrieden warst du mit deinem Bachelor Studiengang?



Bild 12: Master-Frage 4 nach Zufriedenheit mit vorangegangenem Bachelorstudium

Frage 5: Aktivitäten nach Masterstudium

Frage 5 gleicht in Funktion und Erkenntnisziel Frage 3 aus dem Bachelor-Fragebogen. Die Alumni geben an, wie sie die Zeit nach dem Studium verbracht haben.

5. Erzähle uns doch bitte, wie du die Zeit direkt nach Beendigung des Studiums verbracht hast.

- Direkt in den Beruf eingestiegen
- Ein Praktikum oder Volontariat absolviert
- Eine Auszeit genommen
- Einen Auslandsaufenthalt absolviert

Bild 13: Master-Frage 5 zu Aktivitäten direkt nach dem Studium

5.1 Wenn du direkt nach dem Studium im Ausland warst, was hast du dort gemacht?

Sprachreise

Praktikum

Reisen

Freiwilligendienst

Sonstiges:

Bild 14: Master-Frage 5.1 zu Aktivitäten bei Auslandsaufenthalt

Frage 5.1: Aktivitäten bei Auslandsaufenthalt

Funktion, Erkenntnisziel sowie die Antwortmöglichkeiten sind in diesem Fall identisch mit der Frage 3.1 aus dem Bachelor-Fragebogen (Bild 14).

Themenfeld »Erster und derzeitiger Job«

In den folgenden Themenbereichen sollen mehr Details zum ersten und zum derzeitigen Job der Alumni erhoben werden. Bei diesen Themenfeldern sind die Fragen für die Bachelor-Alumni identisch zu denen für die Master-Alumni. Daher werden die

Master-Fragen nicht noch einmal getrennt erläutert beziehungsweise dargestellt. Zu berücksichtigen ist nur, dass die vierte Frage im Bachelor-Fragebogen der sechsten Frage im Master-Fragebogen entspricht.

Die anschließenden Themengebiete sind nach einer Verzweigung nur für die Alumni sichtbar, die in der vorherigen Frage ange-

geben haben, dass sie bereits in einem Arbeitsverhältnis stehen. Damit eine bessere Vergleichbarkeit für die abschließende Trendanalyse erzielt wird, werden die Fragen und Antwortmöglichkeiten aus den Vorgänger-Studien BelAMI 2007 und 2013 berücksichtigt und um neue Fragen ergänzt.

Frage 4: Beginn des ersten Arbeitsverhältnisses

Mit dieser Frage soll ermittelt werden, wie lange die Alumni für die Jobsuche benötigt haben (Bild 15). Dementsprechend muss die Frage nach dem Erhalt des Zeugnisses hinzugezogen werden. Da die Jahreszahl nicht ausreicht, um eine präzise Angabe zu machen, wird in dieser Filterfrage auch zusätzlich nach dem Monat gefragt.

Frage 5: Name des ersten Arbeitgebers

Diese Frage ist der Kern des Themenbereiches. Hiermit soll herausgefunden werden, in welchem Unternehmen die Alumni nach ihrem Abschluss eine Arbeitsstelle gefunden haben (Bild 16). Außerdem sollen weitere Unternehmen kennengelernt werden, die noch nicht so bekannt sind. Durch diese Frage entsteht auch eine bessere Vergleichbarkeit zu ihrem derzeitigen Job.

Frage 6 und 7: Abteilung und Funktion der ersten Arbeitsstelle

Bei dieser offenen Frage wird ein Textfeld genutzt, damit die Befragten den Namen des Unternehmens frei eintragen können.

4. Wann hast du deinen ersten Job nach dem abgeschlossenen Bachelor begonnen?

Jahr

Bitte wählen... ▾

Monat

Bitte wählen... ▾

Bild 15: Bachelor-Frage 4 zum Beginn des ersten Arbeitsverhältnisses

5. Verrate uns bitte den Namen des Arbeitgebers, bei dem du nach dem Studium begonnen hast zu arbeiten.

Name des Unternehmens / der Organisation / Institution:

Bild 16: Bachelor-Frage 5 zum Namen des ersten Arbeitgebers

6. ... und die Abteilung, in der du tätig warst.

7. ... sowie deine genaue Positions- bzw. Funktionsbezeichnung.

Bild 17: Bachelor-Fragen 6 und 7 zu Abteilung und Funktion in der ersten Arbeitsstelle

Dadurch sollen die verschiedenen und womöglich im Vergleich zu den alten Studien neuen Abteilungen kennengelernt und ein erster Rückschluss auf die Tätigkeiten der Alumni erhalten werden. Außerdem soll herausgefunden werden, welche Funktionsbezeichnungen für die gleichen Tätigkeiten gängig sind und synonym verwendet werden. Da fast jeder eine andere Positionsbezeichnung hat, wird auch dieses Feld offengelassen, um möglichst viele neue Bezeichnungen der Positionen kennenzulernen.

Frage 8: Größe des ersten Arbeitgebers

Anhand dieser Fragen sollen Rückschlüsse darauf gezogen werden, ob Unternehmen im Vergleich zu den letzten Studien gewachsen oder geschrumpft sind beziehungsweise ob sich die Größe einzelner Unternehmen im Vergleich zu Voruntersuchungen verändert hat (Bild 18). Die geschlossene Frage wird aus der Studie von 2007 übernommen.

Frage 9: Standort des ersten Arbeitgebers

Ist Hamburg ein hinreichend attraktiver Medienstandort und damit für Alumni der HAW geeignet? Dies soll mit Frage 9 ermittelt werden (Bild 19). Außerdem wird danach gefragt, ob die Alumni tendenziell in derselben Stadt bleiben, in der sie auch studiert haben oder den Arbeitsort wechseln.

Damit es nicht zu einer Verwechslung kommt, wird zusätzlich zum Ort auch nach dem Land gefragt. Weil eine Liste mit allen Städten zu lang wäre, werden diese Antwortmöglichkeiten als offene Frage dargestellt.

Frage 10: Branche des ersten Arbeitgebers

Dies ist eine weitere Kernfrage der BelAMI-Studie, womit die Branchen analysiert und die Veränderungen im Vergleich zur Voruntersuchung besser erörtern werden können (Bild 20). Mit dieser Frage soll auch ein Trend aufgezeigt werden, der sich möglicherweise aus den Antworten im Vergleich zu den älteren Studien ergibt. Studierende fragen sich oft, in welchen Branchen sie mit dem eigenen Abschluss arbeiten können, diese Frage soll dazu Antworten bieten.

8. Welche Größe hat dieses Unternehmen gemessen an der Mitarbeiterzahl?

- Kleines Unternehmen (bis ca. 50 Mitarbeiter)
- Mittleres Unternehmen (bis ca. 250 Mitarbeiter)
- Großes Unternehmen (mehr als 250 Mitarbeiter)

Bild 18: Bachelor-Frage 8 zur Größe des ersten Arbeitgebers

9. In welchem Ort befindet sich das Unternehmen, in dem du deine erste Beschäftigung hattest? Falls sich der Sitz nicht in Deutschland befindet, nenne bitte das zutreffende Land.

Ort:

Land:

Bild 19: Bachelor-Frage 9 zum Standort des ersten Arbeitgebers

Bei der geschlossenen Frage 10 werden die Branchen vorgegeben. Besonders bei dieser Frage ist es wichtig, die Antworten aus den alten Studien zu berücksichtigen, um eine optimale Vergleichbarkeit zu erhalten.

10. In welche Branche lässt sich das Unternehmen am besten einordnen?

- Presse, Verlagswesen, Buchmarkt
- Rundfunk, TV, Film
- Musik-, Kunstindustrie
- PR, Marketing, Werbeagentur
- Nachrichten-, Informations- und Bildagentur
- E-Commerce, Online-Handel
- IT, New Media
- Eventmanagement
- Markt-, Meinungsforschung
- Finanzdienstleistung, Versicherung
- Kulturelle Einrichtung
- Wissenschaftliche Einrichtung
- Unternehmensberatung
- Transport, Logistik, Touristik
- Gesundheitswesen
- Andere Branchen:

Bild 20: Bachelor-Frage 10 nach Branche des ersten Arbeitgebers

11. Wie bist du zu deinem ersten Job nach dem Bachelor gekommen? Hier kannst du auch mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen.

- Beziehungen
- offizielle Ausschreibung
- vorher ein Praktikum im Unternehmen gemacht
- vorher als Werkstudentin in dem Unternehmen gearbeitet
- Initiativbewerbung
- Sonstige:

Bild 21: Bachelor-Frage 11 nach dem Kontakt zum ersten Arbeitsgeber

Frage 11: Kontakt zum ersten Arbeitsgeber

Mit dieser Frage soll zukünftigen Alumni die Möglichkeiten für den Berufseinstieg gezeigt werden: Welche Methoden sind am häufigsten und welche lohnen sich (Bild 21)? Außerdem soll mit der Frage geklärt werden, ob beispielsweise ein Werkstudentenjob wirklich hilfreich für den Berufseinstieg ist.

Es sind einige gängige Antworten aufgelistet, aber den Alumni soll auch die Möglichkeit gelassen werden, einen alternativen Berufseinstieg zu beschreiben. Außerdem können hier mehrere Antworten ausgewählt werden, da die Antwortoptionen sich nicht unbedingt ausschließen.

12. Wie war dein Arbeitsverhältnis bei deiner ersten Arbeitsstelle geregelt?

- Vollzeit befristet
- Vollzeit unbefristet
- Teilzeit befristet
- Teilzeit unbefristet
- freie/r Mitarbeiter/in
- fester freie/r Mitarbeiter/in
- Volontariat / Trainee
- Selbstständigkeit
- Sonstiges:

Bild 22: Bachelor-Frage 12 nach der Art des ersten Arbeitsverhältnisses

Frage 12: Art des ersten Arbeitsverhältnisses

Um einen Überblick über die heutigen Arbeitsverhältnisse in der Medienbranche zu erhalten, wird den Absolventen diese Frage gestellt (Bild 22). Zudem soll so ergründet werden, ob sich das Beschäftigungsverhältnis mit der Zeit verändert hat.

Aufgelistet sind hier mögliche Arbeitsverhältnisse. Falls jemand in einem weiteren Verhältnis angestellt ist, können die Befragten diese im freien Textfeld eintragen.

Frage 12.1 und 12.2: Selbstständigkeit

Zu diesen Fragen gelangt man nur aufgrund der Verzweigung, also wenn in der vorherigen Frage angegeben wurde, dass man selbstständig ist. Die erste Frage wird aufgenommen, um Tipps von Selbstständigen zu erhalten, die bereits eigene Erfahrungen damit sammeln konnten. Die Frage

12.2. soll als Ergänzung zur vorherigen Frage dienen, um auch hier einen Tipp für abgehende Studierende zu erhalten, die sich evtl. auch selbstständig machen möchten.

Da hier nichts Bestimmtes vorgegeben werden soll, um so die Befragten nicht zu beeinflussen, wird ein freies Textfeld eingebaut. Um anschließend die zweite Frage recht einfach zu halten, wird nur eine Filterfrage mit ja oder nein eingefügt.

12.1 Was waren deine Beweggründe für die Selbstständigkeit?

12.2 Würdest du diese Entscheidung zur Selbstständigkeit noch einmal treffen?

- ja
- nein

Bild 23: Bachelor-Fragen 12.1 und 12.2 zur Selbstständigkeit

Frage 13: Tätigkeiten in der ersten Arbeitsstelle

Durch diese Frage sollen mehr Details über die Tätigkeiten der Alumni ermittelt werden: Welche Tätigkeitsfelder sind typisch für die HAW-Absolventen (Bild 24)? Sie dient als Ergänzung zu den Fragen sechs und sieben, um eine genauere Vorstellung vom Alltag der Alumni zu bekommen.

Bei dieser Frage werden 24 Antwortmöglichkeiten vorgegeben, die typisch für die Medienbranche sind. Diesmal wird eine Einschränkung von max. drei Antwortmöglichkeiten erstellt, damit die Befragten sich auf ihre Haupttätigkeiten konzentrieren. Zudem haben sie auch die Möglichkeit, ein Tätigkeitsfeld einzufügen, das noch nicht angegeben wurde. Für eine bessere Vergleichbarkeit werden die Antwortmöglichkeiten aus den Vorgängerstudien berücksichtigt.

Frage 14: Einstiegsgehalt

Der Verdienst ist eine sehr interessante Frage, da sie ein wichtiger Entscheidungsfaktor zur Berufswahl ist. Um einen besseren Überblick zu erhalten, werden hier die Alumni gebeten, zumindest eine grobe Angabe zu machen (Bild 25).

Wichtig ist es, die Antworten abzustufen, damit die Alumni nicht genaue Angaben machen müssen. Aus diesem Grund können sie auch »keine Angabe« zu dieser Frage auswählen, da es dennoch ein sensibles Thema ist.

Frage 15: derzeitiges Arbeitsverhältnis

Um einen Einblick davon zu bekommen, ob die Alumni ihre Unternehmen mit der Zeit auch wechseln, wird diese Frage aufgenommen (Bild 26). Außerdem dient sie als Verzweigungsfrage. Falls die Alumni noch beim Einstiegsjob geblieben sind, überspringen sie die folgenden Fragen. Zudem kann dadurch ein Vergleich zwischen den Einstiegs-

13. In welchen Tätigkeitsbereichen hattest du in deinem ersten Job zu tun? Bitte wähle maximal 3 passende Tätigkeiten aus.

- Führungs- und Leitungsaufgaben
- Textproduktion, Text-/ Bildbearbeitung
- TV-, Videoproduktion
- Audioproduktion
- Online-Produktion, Online-Redaktion
- Content-Management
- Wissensmanagement
- Produktmanagement, -entwicklung
- Recherche, Dokumentation, Archivierung
- Rechtklärung, Syndication
- Website-Management, -Administration
- Webdesign, grafische Konzeption
- IT, Datenbankmanagement
- Technische Beratung und Support
- Projektmanagement, Qualitätsmanagement
- Strategisches Management, Operations Research
- Disposition, Koordination, Organisationsassistentz
- Kunden-Management, -betreuung, CRM
- Einkauf, Verkauf, Vertrieb
- Presse, PR, Marketing
- Online-Marketing
- Social Media Marketing
- Mediaplanung
- Aus-, Fort-, Weiterbildung
- Andere Tätigkeit:

Bild 24: Bachelor-Frage 13 zu Tätigkeitsbereichen in der ersten Arbeitsstelle

14. Für uns Mul-Studierende wäre es interessant, einen Überblick über verschiedene Gehälter zu bekommen. Würdest du uns verraten, wie viel du in deinem ersten Job nach dem Bachelor verdienst? (Angaben in brutto)

- weniger als 1.500 €
- 1.501 € bis 2.000 €
- 2.001 € bis 2.500 €
- 2.501 € bis 3.000 €
- mehr als 3.001 €
- keine Angabe

Bild 25: Bachelor-Frage 14 zum Einstiegsgehalt

15. Wo arbeitest du derzeit?

- Entspricht der ersten Arbeitsstelle
- Entspricht NICHT der ersten Arbeitsstelle
- Derzeit ohne Beschäftigung

Bild 26: Bachelor-Frage 15 zum derzeitigen Arbeitsverhältnis

Bachelor Alumni Umfrage 71.3%

Themenbereich 7: Persönliche Einschätzung des Berufs

Im nächsten Abschnitt möchten wir etwas mehr über dich und deine persönlichen Referenzen hinsichtlich des Arbeitslebens erfahren.

24. Bitte gib an, wie zufrieden du mit deiner derzeitigen Arbeitsstelle bist?

rundum zufrieden unzufrieden

Mit den folgenden Fragen möchten wir herausfinden, wie sich eine ideale Arbeitssituation für dich gestaltet. Die Antworten beziehen wir dabei nicht auf deinen derzeitigen Arbeitgeber.

Bild 27: Bachelor-Frage 24 zur Zufriedenheit in der derzeitigen Arbeitsstelle

jobs und den Jobs, den die Absolventen danach angenommen haben, gezogen werden. Durch die Antworten kann die Verzweigung entstehen; daher bietet diese geschlossene Frage nur drei Optionen.

Fragen 16 bis 23: Details zur derzeitigen Arbeit

Die Fragen 16 bis 23 entsprechen den Fragen vier bis 14. Bei diesen handelt es sich jedoch um die Fragen zum derzeitigen Job der Alumni. Die Fragen, die das Unternehmen genauer beschreiben, wie die Größe und die Frage, wie sie zu dem Job gekommen sind, werden heraus gekürzt. Diese erscheinen nicht relevant für die spätere Trendanalyse. Daher werden hier nur die wichtigsten Fragen noch einmal gestellt. Erkenntnisziele und Antwortmöglichkeiten sind bei den Fragen zum derzeitigen Job identisch.

Mit den folgenden Fragen möchten wir herausfinden, wie sich eine ideale Arbeitssituation für dich gestaltet. Die Antworten beziehen wir dabei nicht auf deinen derzeitigen Arbeitgeber.

25. Wie wichtig sind für dich persönlich folgende Merkmale einer Arbeitssituation?
Bitte trage dazu in die vorgesehenen Felder die Zahlen 1 bis 8 ein (Ranking). Dabei hat die 1 im Ranking den höchsten und die 8 den niedrigsten Wert.

- 1 2 3 4 5 6 7 8 Selbstverwirklichung
- 1 2 3 4 5 6 7 8 Angenehmes Arbeitsklima
- 1 2 3 4 5 6 7 8 Eigenverantwortlichkeit
- 1 2 3 4 5 6 7 8 Gutes Gehalt
- 1 2 3 4 5 6 7 8 Anspruchsvolle Aufgaben
- 1 2 3 4 5 6 7 8 Sicherheit des Jobs
- 1 2 3 4 5 6 7 8 Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten
- 1 2 3 4 5 6 7 8 Sonderleistungen / Extras (Urlaubsgeld / Firmenwagen, etc.)

Bild 28: Bachelor-Frage 25 zu Faktoren der Arbeitszufriedenheit

Themenfeld »Persönliche Einschätzung des Berufs«

Nach Analyse der Themenbereiche und Fragen der bereits vorhandenen Alumni- Studien wurde der Themenschwerpunkt »Persönliche Einschätzung des Berufes« in diesem Projekt neu entwickelt, um eine ideale Arbeitssituation abbilden zu können und einen Überblick darüber zu verschaffen, was ehemalige HAW Absolventen an einem Arbeitsverhältnis schätzen. Auch in den Vorgängerstu-

dien wurden Fragen gestellt, die durchaus diesem Themengebiet zugeordnet werden können. Somit dienten Fragen nach der Zufriedenheit des Jobs oder nach bestimmten Merkmalen, die Angestellten wichtig sind, als Inspiration und wurden teilweise in abgewandelter Form auch in die Studie BelAMI Final Cut übernommen.

Frage 24: Arbeitszufriedenheit

Bei Frage 24 geht es darum, das subjektive Empfinden der Arbeitszufriedenheit der HAW-Alumni abzubilden (Bild 27) . Ziel dabei ist es, ein Stimmungsbild darstellen zu können, das aufzeigt, wie zufrieden die Alumni in ihren derzeitigen Berufen sind.

Die Antwortmöglichkeit in Form einer Skala von »rundum zufrieden« bis »unzufrieden« gibt den Teilnehmern der Umfrage mehr persönlichen Spielraum bei der Beantwortung. Zudem lassen sich positive beziehungsweise negative Tendenzen anhand einer Skala eindeutig zuordnen.

Frage 25: Faktoren der Arbeitszufriedenheit

Frage 25 wurde bereits in der Vorgängerstudie »... da geht noch mehr« gestellt. Aus Interesse, welche Merkmale eines Arbeitsverhältnisses den Alumni besonders wichtig sind, wurde die Frage übernommen (Bild 28). Bis auf einen Unterschied: In der aktuellen Studie wird die Formulierung allgemein gehalten und bezieht sich nicht auf eine konkrete Anstellung, da nicht die

Leistungen der derzeitigen Arbeitgeber der Alumni abgebildet oder ein Unternehmensprofil erstellt werden soll.

Frage 25 trägt dazu bei, eine ideale Arbeitssituation abbilden zu können. Es wird ermittelt, welche Faktoren notwendig sind, um eine gewisse Zufriedenheit mit einer Arbeitsstelle zu gewährleisten.

In einem Ranking von eins bis acht können die gelisteten Merkmale nun in eine individuelle Rangfolge gebracht werden. Kleine Auswahlfelder vor den Antwortmöglichkeiten ermöglichen es den Teilnehmern, jedem Merkmal einen Wert zwischen 1 und 8 zuzuordnen. Dabei wird das Merkmal, das mit 1 bewertet wurde, als am wichtigsten und das Merkmal, das der 8 zugeordnet wurde, als am unwichtigsten eingestuft.

Frage 26: Faktoren für ideale Arbeitsatmosphäre

Frage 26 hat den Zweck, den Teilnehmern der Umfrage ein kleines Schmunzeln zu entlocken und über die »schönen Dinge« nachzudenken (Bild 29). Darüber hinaus verschafft es einen Überblick, welche »Goodies« Bestandteil vieler Unternehmen sind, wenn sie von den Teilnehmern als »unverzichtbar« gekennzeichnet werden. Die Teilnehmer haben durch eine begrenzte Mehrfachauswahl die Option, maximal fünf der genannten Dinge nach individueller Wichtigkeit auszuwählen. Bei der Auswahl wird allerdings kein Ranking erstellt.

Die im letzten Abschnitt erläuterten Fragen sind Beispiele aus dem Fragebogen für Bachelorabsolventen der HAW. Da diese sich im Fragebogen für die Masterabsolventen allerdings nicht verändern, wurden die Fragen dafür wie in den Abbildungen übernommen.

26. Diese fünf Dinge dürfen am Arbeitsplatz nicht fehlen:

- Bequemer Schreibtischstuhl
- gutes technisches Equipment / gute Ausstattung des Arbeitsplatzes
- Ein Bürohund
- Obst
- Yogaräume
- Persönliche Einrichtung des Arbeitsplatzes (z. B. Fotos der Liebsten, Pflanzen etc.)
- Gute Kaffeemaschine
- Gute Laune
- Super Arbeitskollegen
- Ein toller Chef
- Flipper / Kicker
- Bier und sonstige Frischgetränke
- Frühstück
- Sonstiges:

Bild 29: Bachelor-Frage 26 zu Faktoren einer idealen Arbeitsatmosphäre

Themenfeld »Studium und Studieninhalte«

Nachfolgend wird auf das Themenfeld »Studium und Studieninhalte« eingegangen. Zusätzlich wird die Implementierung im Online-Tool kurz erklärt.

Frage 27: Verwendbarkeit der Studieninhalte

Bei Frage 27 geht es darum, im Allgemeinen abzustecken, für wie relevant der Alumnus die Studieninhalte des Studiengangs Medien und Information an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften in Bezug auf seine Berufstätigkeit einschätzt (Bild 30). Ziel dieser Frage war es, ein erstes Stimmungsbild der Alumni zu erhalten.

Bachelor Alumni Umfrage 75%

Themenbereich 7: Studium und Studieninhalte

Um einen Bezug zwischen Studium und Berufsleben herstellen zu können, folgen im nächsten Abschnitt konkretere Fragen zur Einschätzung des Bachelorstudiengangs an der HAW Hamburg.

27. Wie gut konntest du die Mul-Studieninhalte in deiner Berufstätigkeit verwenden?

überhaupt nicht sehr gut

Bild 30: Bachelor-Frage 27 zur Verwendbarkeit der Studieninhalte

28. Bitte erinnere dich: Welche Wahlpflichtmodule waren im Nachhinein besonders hilfreich?



Bild 31: Bachelor-Frage 28 zu hilfreichen Wahlpflichtmodulen

Der Alumnus hat bei dieser Frage die Möglichkeit, mittels einer Skala seine Tendenzen genauer anzugeben. Eine genauere persönliche Einschätzung ist hiermit möglich. Der Regler kann beliebig weit in eine der beiden Richtungen verschoben werden – von »überhaupt nicht« bis »sehr gut«.

In den bisherigen Umfragen wurde nicht im Detail auf die Bedeutung von Wahlpflichtmodulen eingegangen. Da dieser Aspekt aber als durchaus wichtig ist, wurde der Bereich in den Fragebogen integriert. Auch die Unterscheidung zwischen Wahlpflichtmodulen und Pflichtmodulen wurde beachtet.

Frage 28: hilfreiche Wahlpflichtmodule

Die Frage 28 geht etwas konkreter auf die Studieninhalte ein, die dem Alumnus in seinem Arbeitsalltag helfen beziehungsweise geholfen haben (Bild 31). Diese Frage gibt uns die Möglichkeit, in der späteren Auswertung Ansätze zu finden, inwiefern der Studiengang Wahlpflichtmodule eventuell anbieten könnte, die eine Mehrzahl der Alumni als fehlend angegeben haben und welche Wahlpflichtmodule weiterhin angeboten werden sollten, da ein bedeutender Erkenntnisgewinn daraus erzielt wurde.

Es wurde sich dafür entschieden, Raum für freie Antworten zu geben und keine konkreten Antwortmöglichkeiten vorzugeben. Der Alumnus soll die Möglichkeit haben, selbst seinen Fokus zu legen und seine Meinung frei zum Ausdruck zu bringen. Außerdem sollte sich die Antwort nicht auf spezifische Wahlpflichtmodule beschränken, sondern auch die Möglichkeit bieten, Inhalte von Modulen zu nennen, wie beispielsweise ein bestimmtes Thema.

Es wäre außerdem schwierig gewesen, alle Wahlpflichtmodule zu nennen, die in den vergangenen Jahren einmal angeboten worden sind. Die Liste wäre schlichtweg zu lang.

Es wäre außerdem schwierig gewesen, alle Wahlpflichtmodule zu nennen, die in den vergangenen Jahren einmal angeboten worden sind. Die Liste wäre schlichtweg zu lang.

Frage 29: Kompetenzen aus dem Studium

In Frage 29 geht es um die konkreten Fähigkeiten, die ein Alumnus durch das Studium erworben hat und welche er davon noch heute in seiner täglichen Arbeit anwendet.

Diese Frage ist besonders bedeutend, um herauszustellen, welche Fähigkeiten, die in den Pflichtmodulen transferiert werden, der Alumnus in Bezug auf seinen individuellen Beruf als besonders praxisnah erachtet.

Die Teilnehmer der Umfrage haben durch die begrenzte Mehrfachauswahl die Option maximal drei der aufgezeigten Fähigkeiten zu nennen. Die Fähigkeiten wurden aus den

29. Welche Skills aus deinem Studium verwendest du noch heute bei deiner Tätigkeit? Verrate uns deine drei Favoriten.

- Wissensorganisation
- Medienrecht
- Kommunikation und Präsentation
- Medienökonomie und -management
- Redaktionsarbeit
- Medientheorie
- Information Research
- User Experience
- Unternehmenskommunikation
- Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik
- Betriebliches Datenmanagement
- Berufsfeldanalyse
- Grundlagen der IT
- Medienkonzeption und -produktion
- Datenbanktechnologie
- Screendesign
- Information Retrieval

Bild 32: Bachelor-Frage 29 zu hilfreichen Kompetenzen aus dem Studium

angebotenen Pflichtmodulen herausgesucht. Dadurch entsteht kein Ranking oder unterschiedliche Gewichtung der Antworten, jedoch trotzdem eine Selektion der weniger wichtigen Skills.

Frage 30: hilfreiche Studieninhalte

Die Frage 30 bezieht sich darauf, welche Inhalte dem Alumnus während des Studiums noch gefehlt haben oder er sich gewünscht hätte (Bild 33). Sie bezieht sich im Speziellen auf den derzeitigen Job des Alumnus. Er hofft wird die Erkenntnis, in welchem Berufsfeld welche Studieninhalte sinnvoll anzubieten wären im Rahmen des Studiums.

Als Möglichkeit, auf diese Frage zu antworten, kann der Alumnus in einem Kommentarfeld frei Stellung nehmen. So gibt es keinerlei Begrenzung hinsichtlich der Beantwortung.

Frage 31: Studienzufriedenheit

Diese Frage dient dazu, eine Gesamtübersicht über die Zufriedenheit mit dem Studiengang Medien und Information zu bekommen – unabhängig von dem (aktuellen) Job des Alumnus (Bild 34). Auch hier wurde sich für eine Skala von »gar nicht zufrieden« bis »sehr zufrieden« entschieden. Die Teilnehmer der Umfrage haben so die Möglichkeit, positive beziehungsweise negative Tendenzen darzustellen.

Frage 32: Bedeutung des Praxissemesters

Bei der Frage 32 wird tiefergehender Bezug auf die Bedeutung des Praxissemesters genommen (Bild 35). Es wird mit dieser Frage der Zusammenhang zwischen dem Praxissemester und der späteren Berufswahl herausgestellt. Dadurch wird sich erhofft, die Bedeutung des Praxissemesters besser einschätzen zu können.

Der Teilnehmer der Online-Umfrage hat bei dieser Frage die Möglichkeit, mittels einer Skala seine Meinung kundzutun. Es gibt eine Abstufung von »gar nicht hilfreich« bis »sehr hilfreich«, mittels der er die berufliche Bedeutung des Praxissemesters einschätzen soll.

30. Welche Studieninhalte hätten dir außerdem in deinem Job weitergeholfen?

Bild 33: Bachelor-Frage 30 zu hilfreichen Studieninhalten

31. Wie zufrieden warst du mit deinem Studium insgesamt?

Bild 34: Bachelor-Frage 31 zur Studienzufriedenheit

32. Wie würdest du das Praxissemester hinsichtlich des Erfolges bei der Berufswahl bewerten?

Bild 35: Bachelor-Frage 32 zur Bedeutung des Praxissemesters

33. Würdest du dich noch einmal für den den Studiengang "Medien und Information" entscheiden?

Bild 36: Bachelor-Frage 33 zur Entscheidung für den Studiengang Mul

Frage 33 dient dazu, herauszufinden, ob sich die befragten Alumni noch einmal für den Studiengang Medien und Information entscheiden würden (Bild 36). Es wird durch diese Frage versucht herauszufinden, wie hilfreich und gut der Studiengang von den Absolventen eingeschätzt wird, die bereits einen Einstieg in das Berufsleben gefunden haben.

Die letzte Frage im Themenfeld »Studium und Studieninhalte« lässt sich mit einer Abstufung von »Ja, auf jeden Fall« bis »Nein, auf keinen Fall, weil ...« beantworten. Bei der Antwortmöglichkeit »Nein, auf keinen Fall, weil ...« gibt es die Option, noch etwas als Begründung hinzuzufügen.

Themenfeld »Goldener Tipp« – Abschlussfragen

Nachdem die Alumni zu ihrem persönlichen Werdegang, ihrer derzeitigen Berufslage und Details zur Einschätzung ihres belegten Studiengangs an der HAW befragt wurden, folgt abschließend der Themenbereich Nummer acht »Abschlussfragen«.

In diesem Themenfeld sind sechs Fragen enthalten, die dazu dienen sollen, persönliche Prognosen zur Zukunft des Arbeitsmarktes der Mul-Alumni abzubilden. Zudem wird nach besonderen Tipps gefragt, zum Beispiel für spätere Entscheidungen zum des Berufseinstiegs für künftige Mul-Absolventen.

Ziel der Abschlussfragen ist es, ein Abbild von persönlichen Trendprognosen der Mul-Arbeitsfelder zu

erhalten, aber auch insgesamt einen runden Abschluss für den Fragebogen zu bilden.

Frage 34 bis 36: Arbeitsmarkt Mul in Zukunft

Diese drei Fragen verfolgen das gleiche, übergeordnete Ziel: Sie dienen dazu, herauszufinden, inwiefern der Arbeitsmarkt der Medienwelt, in die die späteren Mul-Absolventen eintreten werden, sich entwickeln wird (Bilder 37 bis 39). Dabei setzt diese Frage auf das Prinzip der Expertenmeinung: Die Befragten sollen hierbei basierend auf ihren bisherigen Erfahrungen in der Berufswelt ihre persönliche Einschätzung abgeben. Die Antworten können dazu dienen, künftig den Studiengang auf die sich ständig wandelnden Berufsfelder anzupassen.

Bei den genannten drei Fragen gibt es keine vorgefertigten Antwortmöglichkeiten. Die Befragten geben ihre persönliche Einschätzung in das dafür vorgesehene Feld ein.

Frage 37 bis 39: Zukunft Arbeitsmarkt Mul

Diese Frage richtet sich speziell an die genaue Abteilung und die Tätigkeit des Befragten, sprich, ob und wie sich dieses Arbeitsfeld in den kommenden Jahren verändern wird (Bild 40). Das Erkenntnisziel geht in die Richtung der vorherigen drei Fragen: eine Trendprognose für eine eventuelle Anpassung des Studiengangs.

Auch bei dieser Frage handelt es sich um eine offene Frage, bei der die Befragten nicht zwischen Antwortmöglichkeiten auswählen, sondern ihre Antworten frei eintragen können.

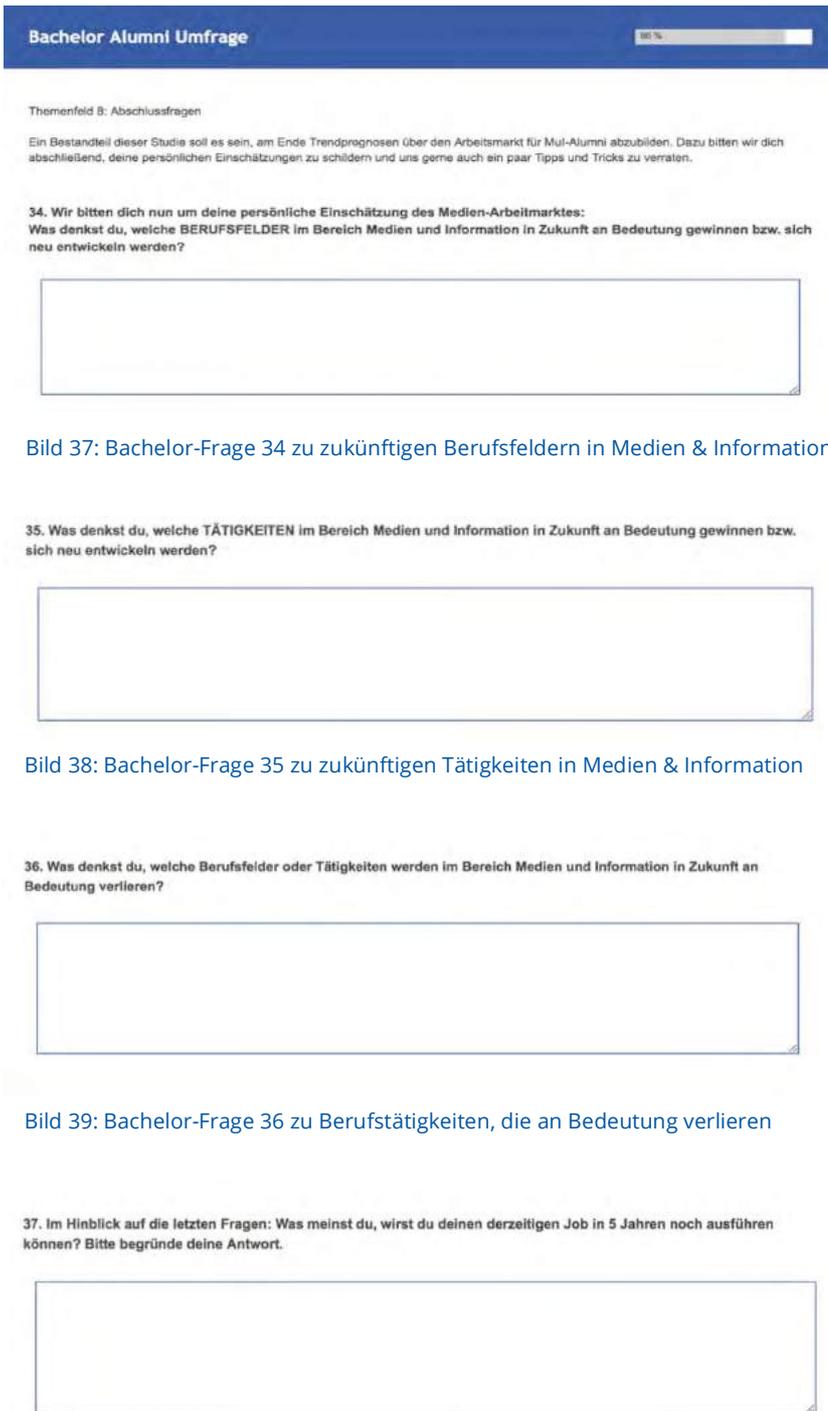


Bild 37: Bachelor-Frage 34 zu zukünftigen Berufsfeldern in Medien & Information

Bild 38: Bachelor-Frage 35 zu zukünftigen Tätigkeiten in Medien & Information

Bild 39: Bachelor-Frage 36 zu Berufstätigkeiten, die an Bedeutung verlieren

Bild 40: Bachelor-Frage 37 zur persönlichen Berufsperspektive

Frage 38: der goldene Tipp

Der »goldene Tipp« kann besonders für künftige Mul-Absolventen hilfreich sein, um Entscheidungen (beispielsweise in Bezug auf Wahlpflichtkurse) zu treffen (Bild 41). Die Antwort muss sich dabei nicht zwingend auf den Studiengang beziehen, sondern kann auch bedeuten, dass sich ein Mul-Absolvent zum Beispiel ein »dickes Fell« für die Medienbranche zulegen sollte. Der Kreativität für eine passende Antwort sind dabei keine Grenzen gesetzt. Darüber hinaus soll diese Frage einen runden Abschluss ermöglichen, um den Befragten zu verabschieden.

Wie jede der Abschlussfragen bietet auch die vorletzte eine offene Antwortmöglichkeit und der Befragte kann eintragen, was er antworten möchte.

Frage 39: Interviewbereitschaft

Um abschließend die Kontaktdaten der Alumni zu erfahren, dient die letzte Frage der Abschlussfragen und damit auch des Fragebogens der möglichen Kontaktaufnahme. Die Befragten werden darum gebeten, ihre Kontaktdaten einzutragen, damit die zweite Phase des Projekts gelingen kann (Bild 42).

Bei der letzten Frage gibt es ebenfalls keine Antwortmöglichkeiten, sondern lediglich ein Feld zum Eintragen der Kontaktdaten. Es wurde im Online-Tool absichtlich kein Feld generiert, bei dem die Befragten ein »nein« anklicken können. Zum einen, weil die Gruppe als Spaß »kein nein akzeptieren würde«, vorwiegend aber, weil dieses Feld nicht als Pflichtfeld gekennzeichnet wurde und somit nicht zwingend beantwortet werden muss. Somit bleibt trotzdem die Möglichkeit für eine eventuelle Absage.

Danke-Seite

Am Ende des Fragebogens folgt der Dankestext für die Teilnahme an der Umfrage. Die Alumni werden außerdem darüber in Kenntnis gesetzt, dass sie am Ende des Projekts den Link zum Endbericht des Projekts zugeschickt bekommen, damit sie sich selbst ein Bild über das Ergebnis verschaffen können.

38. Was ist dein „goldener Tipp“ für Mul-Berufseinsteiger?



Bild 41: Bachelor-Frage 38 nach dem goldenen Tipp



Bild 42: Bachelor-Frage 39 nach Mitwirkung bei einem Interview



Bild 43: Danke-Seite der Online-Umfrage

Erstellung und Versand des Fragebogens.

AUSWAHL DES UMFRAGE-TOOLS.

Bevor die Umfrage starten konnte, galt es zunächst ein geeignetes Tool auszuwählen, in das der Fragebogen online eingepflegt werden konnte.

Vergleich der Umfrage-Tools

Um die Auswahl eines Umfrage-Tools zu erleichtern wurden die vier Tools *SoSciSurvey*, *SurveyMonkey*, *UmfrageOnline* und *GoogleForms* in einer Tabelle gegenübergestellt und verschiedene Kriterien miteinander verglichen.

Diese Kriterien ließen sich in die vier Oberkategorien *Allgemeines zum Fragebogen*, *Layout & Design*, *Auswertung* und *Usability* einteilen. In diesen Kategorien sind Kriterien zu finden, die sich zum einen untereinander vergleichen lassen und zum anderen die Projekt-Erwartungen und Interessen an das Tool abdecken.

Allgemeines zum Fragebogen

Unter *Allgemeines zum Fragebogen* sind die Kriterien Fragebogenumfang, Anzahl möglicher Teilnehmer, Fragetypen und Veröffentlichung zu finden. Werden diese ‚Standard-Kriterien‘ von dem jeweiligen Umfrage-Tool nicht erfüllt, kam das Tool nicht infrage. Der Fragebogenumfang und die Teilnehmeranzahl durften entweder gar nicht oder nur sehr hoch begrenzt und die Fragetypen sollten sehr vielfältig sein. Der Fragebogen musste mindestens über einen Link, besser noch über eine standardisierte E-Mail-Vorlage geteilt werden können.

Layout & Design

In der Kategorie *Layout & Design* sind die Kriterien Oberkategorien, Einfügen eigener Bilder und Logos und Werbung zu finden. Mit Oberkategorie ist gemeint, dass der Fragenkatalog in separate Abschnitte unterteilt werden kann. Dabei erhöht eine Unter-

teilung in Themenfelder die Nutzerfreundlichkeit deutlich. Das Einfügen eigener Bilder und Logos war kein Ausschlusskriterium, es wäre aber ein schönes Extra gewesen, den Fragenbogen zu personalisieren und ein eigens für das Projekt gestaltetes Logo in den Fragebogen einzufügen. Es wäre außerdem störend gewesen, großflächige Werbung im Fragebogen zu sehen.

Auswertung

Die Kategorie *Auswertung* beinhaltet Kriterien, die teils während, aber insbesondere nach der Umfrage von Bedeutung sind. Dazu gehörten die Auswertungsdarstellung, Daten-Export, Rücklaufstatistiken und Filtermöglichkeiten. Es würde die Auswertung der Ergebnisse erleichtern, wenn das Tool diese schon in einem Diagramm oder einer Grafik darstellt. Diese Ergebnisse sollten trotzdem mindestens als Excel-Datei heruntergeladen werden können. Mit Rücklaufstatistiken ist gemeint, ob während der Umfrage der aktuelle Zwischenstand eingesehen werden kann. Die Filtermöglichkeiten kämen hingegen erst nach Ende der Umfrage zum Einsatz. Mit einem Filter können die Umfrageergebnisse in verschiedene Kategorien unterteilt werden. Zum Beispiel kann so untersucht werden, ob sich die Ergebnisse der Frauen stark von denen der Männer unterscheiden.

Usability

Die Kategorie *Usability* ist sehr allgemein gehalten: Hier geht es um die Einschätzung, ob der Fragebogen für die Teilnehmer ansprechend gestaltet werden und von ihnen einfach, intuitiv und ohne jegliche Störfaktoren bedient werden kann.

Abschließend wurden die beiden Kategorien *Vorteile* und *Nachteile* in die Tabelle aufgenommen, um dort nochmals aussagekräftige Vergleichspunkte aufzuführen, die für die Entscheidungsfindung und das Fazit von Bedeutung waren.

Kriterium	SoSciSurvey	SurveyMonkey	UmfrageOnline	GoogleForms
Hauptsächlich genutzt von	Studenten und Universitäten (Umfrage-Profis)	Unternehmen	Studenten und Universitäten	Jedem
Allgemeines zum Fragebogen				
Fragebogenumfang	unbegrenzt	10 Fragen	unbegrenzt	unbegrenzt
Anzahl möglicher Teilnehmer	bis 5000	100	unbegrenzt	unbegrenzt
Fragearten	30 Fragearten (Auswahl, Ballontest, Lückentext, Ranking, etc.)	alles	umfangreiche Fragearten Textfeld, Dropdown, Multiple-Choice	alles
Veröffentlichung	Zugriffskontrolle via Passwort, IP-Adresse, personalisierte Links inkl. E-Mail-Versand	E-Mail, mobil, Chat, Soziale Medien, Website, u. v. m.	E-Mail	E-Mail, Website
Layout & Design				
Oberkategorien	keine	Ja	Ja	Ja
Einfügen eigener Bilder und Logos	Bilder, Audio, Video Logo + Impressum können angepasst werden	angepasstes Design, Logo, Schriftarten	Farbanpassung, eigenes Logo, Video, Audio, URL-Links anklickbar	eigene Fotos, Logos, Farben
Werbung	werbefrei	bei kostenpflichtiger Version: Werbefrei	Werbung im Studenten-Tarif	werbefrei
Auswertung				
Auswertungsdarstellung	Nein	Diagramme, Grafiken	Diagramme, Grafiken	Diagramme, Grafiken
Daten-Export	Excel, SPSS, GNU R	SPSS, CSV, HTML, Excel, PDF	Word, Excel, PDF, CSV	Google Tabellen, CSV, Excel
Rücklaufstatistiken (Zwischen-Update)	Rücklaufkontrolle in Echtzeit, Update jederzeit möglich	Ergebnisse in Echtzeit	automatische Onlineauswertung in Echtzeit	In Echtzeit, Statistiken Alle Antworten, Informationen in Google Tabellen
Filtermöglichkeiten	frei programmierbare Filter	Filtern nach bestimmten Eigenschaften	Teilnehmer in Gruppen aufteilen, in Auswertung filtern	keine Angabe
Usability	schlicht, einfach, übersichtlich	modernes Layout	einfache, intuitive Benutzeroberfläche, mobil optimiert	modernes, übersichtliches Layout
Vorteile	großer Gestaltungsspielraum, personalisierte Links	Modern, vielfältige Ergebnisdarstellung, Ergebnisse in Echtzeit	Ergebnisse in Echtzeit, Ergebnis-Filtermöglichkeit, Teilnahmeerinnerung, responsive Design	Fragebogen einfach gemeinsam bearbeiten, Frage als Pflichtfeld markieren
Nachteile	keine Auswertungsdarstellung, Design altbacken	Kostenfrei bis 10 Fragen mit 100 Antworten, ansonsten kostenpflichtig	Werbung im Studenten-Tarif	Google speichert Daten, Auswertung bietet keine Filtermöglichkeiten

Tabelle 1: Gegenüberstellung der verschiedenen Umfrage-Tools

SosciSurvey und Surveymonkey

Für die Umfrage-Zwecke sind der Fragebogenumfang, die Anzahl der Teilnehmer, die Fragetypen, das Ausgabeformat und die auftretende Werbung von großer Bedeutung, sodass schon eine Unstimmigkeit eines dieser Kriterien zum Ausschluss des Umfrage-Tools führen könnte.

Keine Ergebnisdarstellung und zusätzliche Kosten sind bei der Auswahl Ausschlusskriterien für ein Umfrage-Tool.

Das Tool SocsiSurvey bietet keine aufbereitete Darstellung der Ergebnisse, außerdem wirkt das Design des Fragebogens im Vergleich zu anderen Angeboten nicht zeitgemäß. Mit dem Tool Surveymonkey ist es lediglich möglich einen Fragebogen mit bis zu zehn Fragen zu erstellen. Dieser dürfte zusätzlich nur bis zu hundert Mal beantwortet werden. Obwohl das Tool mit seinen Funktionen durchaus in Frage käme, war dessen Nutzung für Projektzwecke keine Option, da alles über das beschriebene Volumen hinaus kostenpflichtig sein würde und bei der Umfrage mit einer Teilnehmerzahl von über 300 zu rechnen war. Damit konnten die beiden Umfrage-Tools SocsiSurvey und Surveymonkey schnell ausgeschlossen werden.

UmfrageOnline und Googleforms

Die Tools UmfrageOnline und GoogleForms haben keine der oben genannten Ausschlusskriterien, wodurch sie beide einsetzbar wären. Bei diesen Angeboten ist sowohl der Umfang an Fragen als auch die Teilnehmerzahl unbegrenzt. Die Fragentypen variieren von Tool zu Tool, bei GoogleForms sind sogar alle Varianten verfügbar, und auch

UmfrageOnline bietet ein breites Spektrum an Fragetypen. Unabhängig vom Fragetypen können bei Bedarf die Fragen bei beiden Tools als Pflichtfelder markiert werden. Das heißt, der Befragte muss diese jeweilige Frage beantworten, bevor der Fragebogen abgeschickt werden kann. Dies spielte eine große Rolle, da die Fragebögen dem jeweiligen Teilnehmer zugeordnet werden können müssen.

In einigen kleineren Punkten unterscheiden sich die Umfrage-Tools dennoch. UmfrageOnline zeigt am Ende der Umfrage kleinere Werbebeiträge. Obwohl die Umfrage am besten werbefrei sein sollte, wurde eine kleinere Werbeeinblendung in diesem Fall nicht als besonders störend empfunden, da das Tool darüber hinaus mit Extras wie einer automatischen Teilnehmererinnerung, der Filterung von Teilnehmern in bestimmte Gruppen, einem reaktionsfähigen Design und besonders mit den vielfältigen Ausgabemöglichkeiten der Ergebnisse in Form von Diagrammen und Grafiken überzeugte (Bild 44).

GoogleForms hingegen ist gänzlich werbefrei. Bei Google ist es nicht möglich die Daten direkt in eine Excel-Datei zu exportieren, diese werden zunächst in GoogleTabellen ausgegeben, woraufhin sie im Excel-Format gespeichert werden können. Dieser Umstand würde den Zeitaufwand jedoch nur unwesentlich erhöhen.

Beide Tools haben ein schlichtes, ansprechendes Design, und können angepasst werden, wenn man zum Beispiel ein Logo einfügen möchte.

Abschließend lässt sich festhalten, dass sich beide Tools für die Alumni-Umfrage eignen. GoogleForms überzeugt mit seinem schlichten Design und den vielfältigen Fragetypen. Obwohl das Geschmack-

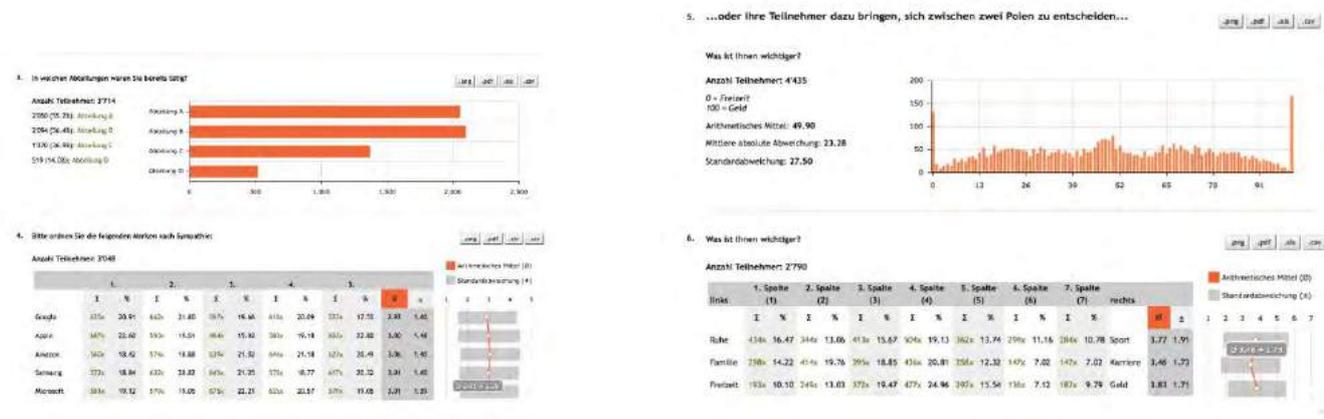


Bild 44: Beispielsichten für die Auswertungsdarstellung bei UmfrageOnline

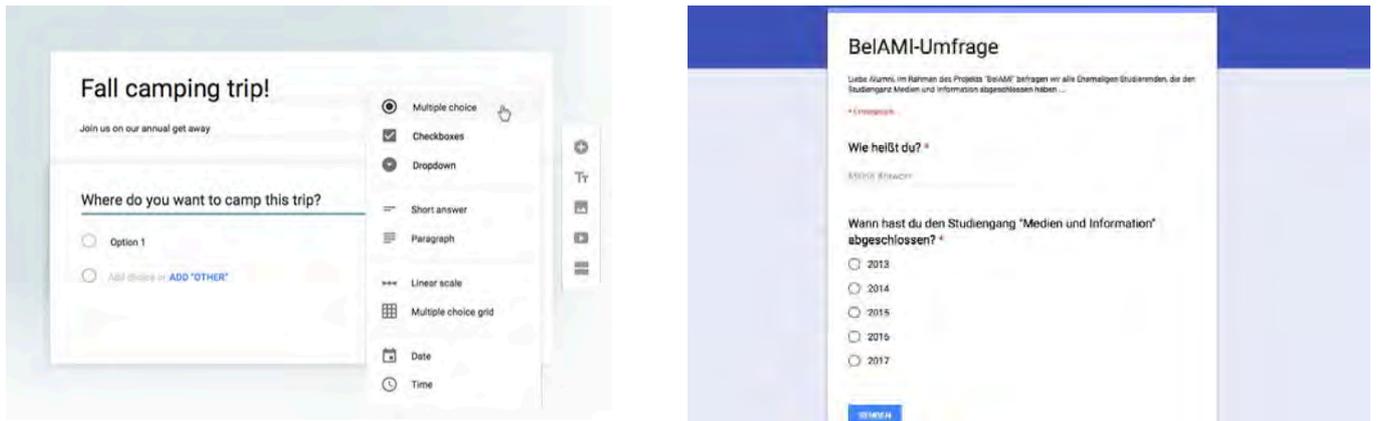


Bild 45: Beispielsichten für die Erstellung eines Fragebogens bei GoogleForms

sache ist, wirkte das Google-Design insgesamt ein wenig moderner als ein Fragebogen von Umfrage-Online (Bild 45).

Dem lässt sich gegenüberstellen, dass es bei UmfrageOnline wesentlich mehr Möglichkeiten gab, die Ergebnisse der Umfrage darzustellen. Es lassen sich schnell und einfach Diagramme, Grafiken und vieles mehr ausgeben.

Schlussendlich wurde entschieden, dass sich das Tool UmfrageOnline aufgrund der beschriebenen Punkte am besten für die Forschungszwecke eignet und dieses im nächsten Schritt für die Fragebogen-Erstellung verwendet werden soll.

ERSTELLUNG DES FRAGEBOGENS.

Nach der Auswahl des Fragebogen-Tools und der Erstellung eines Fragenkatalogs, war es an der Zeit diese beiden Komponenten, das Tool und den Fragenkatalog, zusammenzuführen.

Der Fragenkatalog wurde schon soweit mit Informationen zur Darstellung der Fragen und Antwortmöglichkeiten vorbereitet, dass dieser lediglich in das ‚UmfrageOnline‘-Tool eingepflegt werden musste.

Im ersten Schritt wurde ein Studenten-Account bei Umfrage-Online angelegt. Dafür fielen keine Kosten an und die Umfrage konnte an beliebig viele Teilnehmer geschickt werden. Das war schnell erledigt und es konnte mit dem Einpflegen der vorbereiteten Fragen losgehen. Das Fragebogen-Formular, in

das die Fragen eingefügt wurden, war sehr intuitiv zu bedienen. Insgesamt konnte bei der Erstellung mit 17 unterschiedlichen Antwortmöglichkeiten gearbeitet werden. Dadurch, dass die Fragen mit einem Hinweis zur geeignetsten Antwortmöglichkeit schon ausgearbeitet vorlagen, konnten diese im Tool schnell ausgewählt und durch die Frage ergänzt werden. Einige, vorgegebene Frage-Szenarien waren in diesem Umfrage-Tool zum Teil nicht umsetzbar. Dafür wurden schnell Alternativen gefunden.

Schritt für Schritt, Frage für Frage zur fertigen Umfrage.

Einarbeiten des Fragenkatalogs in das Umfrage-Tool

Als erstes wurde das Layout des Fragebogens angepasst. In der Standardvorlage hat UmfrageOnline ein grün/weißes Layout, das optisch nicht zu den Farben der HAW passte. Aus diesem Grund wurde ein dunkelblaues Layout ausgewählt und in der linken Ecke das Logo des Departments Design, Medien, Information hinzugefügt (Bild 46).



Bild 46: Header des Fragebogens

Seite 1

Moin Moin liebe Mul-Alumni,

danke, dass du an unserer Umfrage teil nimmst!

Wir, das Team von BelAMI Final Cut, nehmen dieses Jahr das Zepter in die Hand und gehen der Frage nach: Was ist eigentlich aus den ehemaligen Medien-und-Informationen-Studenten, also euch, geworden? Wo hat es euch hin verschlagen? Warum? Und am wichtigsten: seid ihr zufrieden?

Wir warten gespannt auf eure Antworten.

Euer BelAMI-Team

Bild 47: Einleitungstext des Fragebogens auf Seite 1

Elemente einfügen

Zurück

Fragetypen auswählen:

Ja / Nein - Frage

Offene Fragen

Geschlossene Fragen

Rangfolge

Tabelle / Matrix

Polaritätenprofil

Ergänzende Elemente auswählen:

Zwischentext

Foto / Bild / Illustration

Datei hochladen

Ja / Nein - Frage

Einfachauswahl mit "ja" und "nein"

Haben Sie dieses Jahr eine Lohnerhöhung erhalten?

ja

nein

Bild 48: Auswahl der geeigneten Fragetypen

Element bearbeiten

Fragetyp: Einfachauswahl, aufgeteilt

Frage*

individueller Hinweis

Hinweis als "Tooltip" anzeigen

Antwortfelder

Offenes Textfeld anfügen

Anzahl Spalten:

1

Trennen Sie jeden Datensatz mit: Zeilenumbruch

Vorschau der Frage

Wie häufig nutzen Sie das Produkt XY?

täglich

wöchentlich

Im weiteren Verlauf wurde die erste Seite des Fragebogens als reines Textelement angelegt. Hier werden die Teilnehmer begrüßt und die Absichten der Umfrage erläutert (Bild 47).

Im nächsten Schritt wurde über jeder neuen Seite der jeweilige Themenbereich hinzugefügt, damit es bei den Befragten zu keinen Missverständnissen kommen würde, in welchem Bereich sie sich gerade befinden. Danach konnte mit der Fragenerstellung begonnen werden. Sobald ein Element hinzugefügt wurde, musste ein Fragentyp ausgewählt werden. Das Tool stellt anschaulich dar, welche verschiedenen Optionen zur Verfügung stehen und erleichterte somit die Auswahl des geeigneten Fragentyps (Bild 48).

Im Anschluss wurden alle benötigten Details einer Frage eingegeben und festgelegt. Dazu gehörte der Fragetext, ein individueller Hinweis, falls benötigt, die möglichen Antwortfelder und die Option ein offenes Textfeld einzufügen. In diesem Bereich können auch weitere Einzelheiten ausgewählt werden: Soll die Frage ein Pflichtfeld sein, wie viel Antwortmöglichkeiten gibt es bei einer Mehrfachantwort, aber auch verschiedene Layout Möglichkeiten wie zum Beispiel die Anzahl der angezeigten Spalten. So konnte jede Frage individuell angepasst und layoutet werden (Bild 49).

Als letztes konnte die URL »personalisiert« werden. Da der eine Fragebogen für die Bachelor und der andere für die Master-Alumni bestimmt war, wurden hinter der Stamm-URL für den jeweiligen Fragebogen die Terme Bachelor-Alumni oder Master-Alumni ergänzt:

<https://www.umfrageonline.com/s/Bachelor-Alumni>

<https://www.umfrageonline.com/s/Master-Alumni>

Bild 49: Konkrete Erstellung einer Frage

Fragebogen-Finetuning

Nachdem die Fragen vollständig eingefügt wurden, wurden sinnvolle Seitenumbrüche gewählt. Je nach Themenbereich bot es sich an, einen Seitenumbruch einzufügen, damit der Teilnehmer beim Ausfüllen des Fragebogens nicht direkt von Fragen erschlagen wird, sondern einen schnellen Überblick über die Fragen auf der jeweiligen Seite bekommt.

Bei der Erstellung des Fragebogens mussten alle möglichen Antwort-Szenarien berücksichtigt werden.

Außerdem wurden die Fragen teilweise untereinander verlinkt, sodass ein Teilnehmer Fragen, die für ihn nicht relevant sind, nicht angezeigt bekommen würde. Das sah beispielsweise so aus: Wenn der Bachelor-Alumni bei Frage 3 »Erzähle uns doch bitte, wie du die Zeit direkt nach Beendigung des Studiums verbracht hast« die Antwortmöglichkeit ‚Auslandsaufenthalt‘ ausgewählt hat, zu der Frage 3.1 »Wenn du direkt nach dem Studium im Ausland warst, was hast du dort gemacht?« weitergeleitet wurde. Allen anderen, die statt ‚Auslandsaufenthalt‘ eine andere Antwort ausgewählt haben, wurde diese Frage 3.1 nicht angezeigt.

Solche Verlinkungen ziehen sich durch den gesamten Fragebogen. Zweck des Ganzen ist, dass der Fragebogen so individuell wie möglich auf den einzelnen Alumni angepasst ist und der Alumni, der den Fragebogen ausfüllt, sich zu einhundert Prozent angesprochen fühlt.

Am 3.11.2017 wurde der Pre-Test des Fragebogens an alle 12 Projektmitarbeiter/-innen und den Projektleiter verschickt. Bis zum 5.11.2017 kamen Feedback-Mails von Projektmitarbeitern, die genutzt wurden, um Fehler auszubessern.

Nachdem alle Anmerkungen zu Fragestellungen und Antwortmöglichkeiten, sowie Rechtschreib- und Zeichensetzungsfehler ausgebessert wurden, wurde der Fragebogen an die Master-Alumni am Vormittag des 8.11.2017 rausgeschickt. Dafür wurde im Vorhinein folgende Mailadresse angelegt, damit die Alumni den Kontext der Mail schnell zuordnen können: alumni.haw@gmail.com. Um diesen Effekt zu verstärken, lautete der Betreff der Mail »Alumni-Umfrage des Masters Information, Medien, Bibliothek« (Bild 50).

Da bei Google eine Mail schnell als Spam gekennzeichnet wird, wenn er zu viele Empfänger beinhaltet, wurden die Mails auf jeweils zehn Adressen beschränkt. Die Kontakte waren selbstverständlich als Bcc angelegt. Damit war der Versand des Fragebogens an insgesamt 81 Master-Alumni abgeschlossen und die nächste Phase konnte beginnen.

Pre-Test der Bachelor- und Master-Fragebögen anhand fiktiver Personas

Zum Testen der erstellten Fragebögen wurden fiktive Personas erstellt, um sich besser in die Umfragezielgruppe hinein versetzen zu können. Sie stehen stellvertretend für unsere Alumni der HAW.

Sechs fiktive Personas sorgen für gelungene Fragebögen.

Ein 30-jähriger Alumnus findet nach seinem Masterabschluss an der HAW keinen Job. Ein erst 23-jähriger Überflieger steigt direkt in eine Führungsposition eines Großkonzerns ein. Die Fragebögen sollen jeden Sonderfall abdecken, um von jedem Alumni-Typ passende Antworten zu erhalten.

Um mögliche Fehlerquellen im Fragebogen von Vorhinein auszuschließen, wird der Fragebogen anhand der sechs verschiedenen Personas getestet, überarbeitet und angepasst. Die sechs Personas

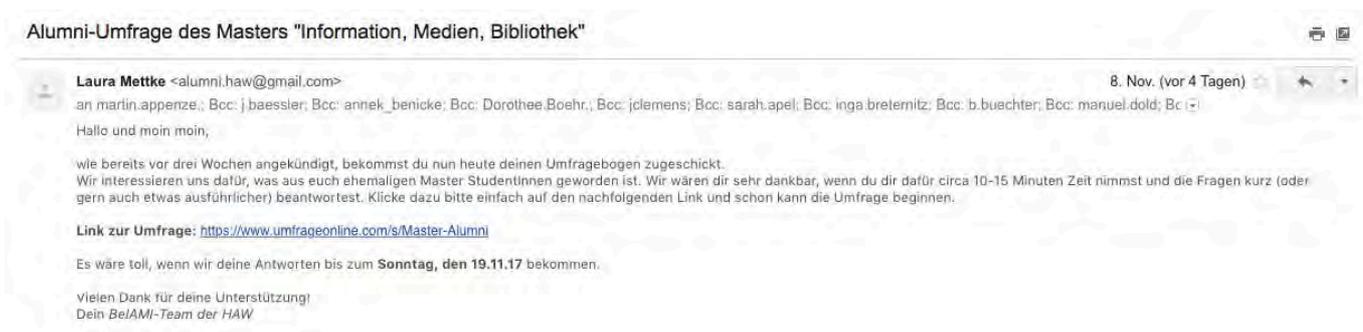


Bild 50: Mail an die Alumni mit dem Link zur Umfrage

müssen möglichst realistisch den typischen Multi-Absolventen darstellen und die zu befragende Zielgruppe gut repräsentieren können.

Frederike Höppner, Felix Wiedermann, Marcel Grossmann, Daniel Jäger, Kurt Boehm und Johannes Alpert – alle haben eines gemeinsam: Sie haben an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften

in Hamburg studiert. Doch trotzdem sind sie unterschiedlich wie Tag und Nacht. Die Altersspanne der erstellten Personas liegt zwischen 26 und 33 Jahren. Die sechs Personas befinden sich in völlig unterschiedlichen Lebenslagen.

Alle Personas haben nach dem Studium unterschiedliche Wege eingeschlagen.

Die sechs Personas

PERSONA NR. 1

Name: Frederike Höppner

Alter: 26

Wohnort / Arbeitsort: Hamburg

Höchster Hochschulabschluss: Master of Arts

Name & Ort des Bachelor-Studienganges: Medien und Information, Hamburg

Name & Ort des Master-Studienganges: Medienmanagement, Stuttgart

Abschlussjahr: 2015

Beruf: Social Media Managerin

Arbeitgeber: FAKTOR 3

Hintergrundgeschichte

Frederike ist seit jeher eine sehr ehrgeizige Person. Gleich nach dem Abitur schloss sie das Bachelorstudium an der HAW Hamburg an. Nach erfolgreichem Abschluss zog sie für das Masterstudium nach Stuttgart und studierte dort an der Hochschule der Medien das Fach »Medienmanagement«. Da ihr Herz aber immer noch für Hamburg schlug, zog es Frederike mit dem Master in der Tasche zurück in die Heimat. Hier fing sie vor zwei Jahren als Junior Social Media Managerin in einer Agentur an, in der sie noch heute arbeitet. Vor kurzem wurde sie vom Junior zum Regular befördert.

Berufliche Aufgaben & Verantwortungen

In ihrem Beruf geht Frederike auf: Sie liebt die Online-Welt und ihre damit verbundenen Aufgaben. Zum einen muss sie Postings auf Facebook und Instagram für die verschiedensten Kunden entwickeln und zum anderen gehört das Community-Management zu ihren Hauptaufgaben.

Private Aufgaben & Verantwortungen

Frederike lebt alleine in einer 2-Raum-Wohnung in Barmbek. In ihrer Freizeit geht sie oft joggen und guckt leidenschaftlich gerne alle romantischen Serien, die Netflix zu bieten hat. Insgeheim träumt sie von der »einen großen Liebe«.

Fazit Fragebogen

- angenehme Länge (nicht zu lang)
- alle Fragen klar und verständlich formuliert
- gute Abwechslung der Antwort-Typen

PERSONA NR. 2

Name: Felix Wiedemann

Alter: 29

Wohnort / Arbeitsort: Berlin

Höchster Hochschulabschluss: Bachelor of Arts

Name & Ort des Bachelor-Studienganges: Medien und Information, Hamburg

Name & Ort des Master-Studienganges: -

Abschlussjahr: 2014

Beruf: selbstständig

Arbeitgeber: snackpoint

Hintergrundgeschichte

Felix hatte schon in seiner Schulzeit ein Problem mit dem Essen, was seine Mutter ihm mit zur Schule gegeben hatte – ein langweiliges Pausenbrot. Da er damals noch sehr jung war, konnte er dagegen natürlich nicht viel tun. Doch kurz nach seinem Studium bekam Felix mit seiner Freundin Luisa einen Sohn, dem es später nicht so ergehen sollte. Also überlegte er, wie er das Problem der langweiligen Käsestulle lösen könnte und gründete zusammen mit einem Freund den »snackpoint«. Hierbei handelt es sich um einen nun schon in vielen Schulen Deutschlands vertretenen »Snackautomaten«, der mit täglich frisch zubereiteten Sandwiches und Baguettes gefüllt ist.

Berufliche Aufgaben & Verantwortungen

Als Selbstständiger ist es Felix' Aufgabe zusammen mit Tobi, seinem Geschäftspartner, die 8 Mitarbeiter zu koordinieren und das Tagesgeschäft am Laufen zu halten. Zudem muss er sich darum kümmern, dass pünktlich vor Schulstart alle Automaten aufgefüllt werden.

Private Aufgaben & Verantwortungen

Da Felix selbstständig ist, fehlt ihm manchmal die Zeit für seine Freundin und seinen Sohn, was ihn oft traurig macht. Jedoch versucht er die verfügbare Zeit zu Dritt optimal auszunutzen.

Fazit Fragebogen

- Frage 14: Es war möglich, mehr als 3 Sachen auszuwählen, obwohl angeblich nur drei hätten ausgewählt werden können
-

PERSONA NR. 3

Name: Marcel Grossmann

Alter: 27

Wohnort / Arbeitsort: Hamburg

Höchster Hochschulabschluss: Bachelor of Arts

Name & Ort des Bachelor-Studienganges: Medien und Information, Hamburg

Name & Ort des Master-Studienganges: -

Abschlussjahr: 2015

Beruf: arbeitsuchend

Arbeitgeber: --

Hintergrundgeschichte

Marcel ist leidenschaftlicher Gamer. Am liebsten spielt er Ego-Shooter und Strategiespiele. Seine Computerspielsucht ist so groß, dass er während des Studiums an der HAW öfter Engpässe beim Lernen für Klausuren hatte. Marcel hat während seines Pflichtpraktikums in einem Blumenversandhandel leider wenig berufliche Kontakte knüpfen können. Das Praktikum an sich hat ihm auch nicht gefallen. Marcel möchte als Redakteur für Computerspielmagazine arbeiten und bewirbt sich seit zwei Jahren. Leider fehlt ihm wichtige Berufserfahrung, deshalb scheitert er bei der Jobsuche. Ein Praktikum kommt für Marcel nicht in Frage.

Berufliche Aufgaben & Verantwortungen

Marcel ist in der Bewerbungsphase

Private Aufgaben & Verantwortungen

Marcel wohnt bei seinem Vater bis er einen Job hat. Seine lange Arbeitslosigkeit macht auch seinem Vater zu schaffen. Immerhin hat Marcel studiert und lebt nun von Hartz 4. Es fällt Marcel schwer, seine Pflichten im Haushalt zu erfüllen. Er spielt lieber den ganzen Tag PC.

Fazit Fragebogen

- Frage 4: Bei Arbeitslosigkeit gibt es keine Möglichkeit das Pflichtfeld zu überspringen – darauffolgende Fragen können also nicht beantwortet werden.
-

PERSONA NR. 4

Name: Daniel Jäger

Alter: 29

Wohnort/Arbeitsort: Hamburg

Höchster Hochschulabschluss: M.A

Name & Ort des Bachelor-Studienganges: Medien und Information, Hamburg

Name & Ort des Master-Studienganges: Information, Medien & Bibliothek

Abschlussjahr: 2015

Beruf: Journalist

Arbeitgeber: Die Zeit

Hintergrundgeschichte

Daniel ist seit seiner Pubertät fasziniert von Texten und Artikeln in Zeitschriften. Schon auf dem Gymnasium war er Reporter für die Schülerzeitung. Ihm war schnell klar, dass er irgendwann mal Journalist werden würde. Die Zeit als Arbeitgeber? Für Daniel damals ein Traum, der durch harte Arbeit und Fleiß in Erfüllung gegangen ist. Daniel lebt mit seiner Freundin im Hamburger Stadtteil Poppenbüttel und schaut gerne Formel 1.

Berufliche Aufgaben & Verantwortungen

Bei der Zeit ist Daniel als Journalist tätig. Er interviewt und recherchiert für verschiedene Themengebiete. Daniel strebt eine Beförderung zum Ressortleiter an.

Private Aufgaben & Verantwortungen

Daniels Freundin ist schwanger. Die Gründung einer Familie war noch nicht vorgesehen. Die Beiden stecken mitten in den Vorbereitungen für das kommende Baby. Dies beißt sich häufig mit Daniels journalistischen Tätigkeiten, da er auch von Zuhause aus arbeitet.

Fazit Fragebogen

gab keine Probleme, hat nichts zu beanstanden

PERSONA NR. 5

Name: Kurt Boehm

Alter: 25

Wohnort / Arbeitsort: Hannover

Höchster Hochschulabschluss: Master of Arts

Name & Ort des Bachelor-Studienganges: Informatik, Hamburg

Name & Ort des Master-Studienganges: Medien, Bibliothek und Information, Hamburg

Abschlussjahr: 2015

Beruf: Informatiker

Arbeitgeber: Wibas Management Consultants GmbH

Hintergrundgeschichte

Kurt war schon immer ein schlauer Junge. Er musste in der Schule nie viel lernen und schrieb immer ausgezeichnete Noten. Mit 18 Jahren hatte er sein Abitur in der Tasche. Drei Jahre später, mit 21 Jahren, hatte er den Bachelorabschluss erfolgreich absolviert. Im direkten Anschluss folgte der Masterabschluss mit 23 Jahren. Bei der Jobsuche hatte er keinerlei Probleme.

Berufliche Aufgaben & Verantwortungen

In Kurts Unternehmen gilt er als einer der Besten. Bei Fragen wenden sich alle an ihn und das obwohl er erst seit zwei Jahren dabei ist. Informatik ist seine Passion und der Computer ist sein bester Freund.

Private Aufgaben & Verantwortungen

Kurt ist ein Einzelgänger. Seine freie Zeit verbringt er am liebsten vor dem Computer und programmiert Websites. Damit verdient er sich etwas Geld nebenbei. Auf eigenen Wunsch wohnt er noch immer bei seinen Eltern zu Hause. Über eine eigene Wohnung macht er sich bisher noch keine Gedanken.

Fazit Fragebogen

- Die technische Aufbereitung des Fragebogens könnte besser sein (zum Beispiel Probleme bei Skala)
 - Gerne ein Drop-Down Menü bei Fragen wie Studiengang, Hochschule etc.
-

PERSONA NR. 6

Name: Johannes Alpert

Alter: 33

Wohnort / Arbeitsort: Hamburg

Höchster Hochschulabschluss: Master of Arts

Name & Ort des Bachelor-Studienganges: Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation, Berlin

Name & Ort des Master-Studienganges: Medien, Bibliothek und Information, Hamburg

Abschlussjahr: 2013

Beruf: Fachangestellter für Medien- und Informationsdienste

Arbeitgeber: Bücherhalle Holstenstraße

Hintergrundgeschichte

Johannes ist ein sehr sprunghafter, junger Mann. Er kommt gebürtig aus Berlin und hat dort sein Bachelorstudium an der »Universität der Künste« abgeschlossen. Nach etlichen Jahren als Barkeeper in Berlin, und anschließend in der Hamburger Sternschanze, hat er sich für ein Masterstudium an der HAW entschieden. Nach einigen angefangenen und aufgegebenen Jobs, ist er nun in der Bücherhalle Holstenstraße tätig.

Berufliche Aufgaben & Verantwortungen

Der Beruf des Fachangestellten für Medien- und Informationsdienste schien Johannes von Anfang an zu gefallen. Gerade die Welt der Comics fasziniert ihn sehr. Doch, wie schon in etlichen vorherigen Jobs, scheint er nach einigen Monaten schnell gelangweilt und ist auf der Suche nach neuen Herausforderungen.

Private Aufgaben & Verantwortungen

Johannes hat eine »alternative« Ader. Er lebt mit seinen 33 Jahren in einer gemischten 6-er WG in der Sternschanze und fühlt sich dort pudelwohl. Er ist gerne unterwegs und mag es nicht alleine zu sein. Wenn er in keiner Bar anzufinden ist, ist er an Wochenenden gerne auf Festivals oder Konzerten.

Fazit Fragebogen

- angenehme Länge
 - gerne mehr Fragen zu nicht-studienbezogenen Dingen, wie »Auszeiten«
 - alle Fragen klar und verständlich formuliert
 - mehr Multiple Choice, weniger selbst schreiben
-

ERSTKONTAKT ZU DEN ALUMNI UND FRAGEBOGENVERSAND.

Das Etappenziel der Survey-Phase bestand darin, einen Onlinefragebogen mit Hilfe eines Onlinetools zu erstellen und diesen dann per E-Mail an die Alumni zu versenden, um wichtige Ergebnisse für die BelAMI Studie zu erhalten. Vorab bestand das Problem, dass die dem Kurs zur Verfügung gestellte Datenliste mit Kontaktinformationen ehemaliger Studenten, nicht aktuell war.

First Contact – die erste Annäherung

Parallel zur technischen und inhaltlichen Entwicklung des Fragebogens war die Art und Weise der ersten Kontaktaufnahme per E-Mail genau zu planen. Nach der Lückenrecherche und der zugehörigen Kontaktaufnahme über soziale Netzwerke wie zum Beispiel Xing musste die erste E-Mail folgende Ziele erreichen:

1. Die Alumni in Kenntnis über das Vorhaben setzen.
2. Zurückgeleitete E-Mails würden zeigen, dass die Adressen falsch, beziehungsweise nicht mehr aktuell sind.

Der erste Benachrichtigungstext wurde an alle Adressen einheitlich verschickt. Es waren insgesamt 237. Der erste Avisierungstext lautete:

Hey,

nicht erschrecken – das hier ist kein Spam.

Vielleicht Erinnerst du dich ja noch an dein 5. Semester an der HAW und die damit verbundene Projektarbeit. Nun sind wir, ein 12-köpfiges Team aus HAW-Studenten, an der Reihe und dürfen uns im Rahmen unseres Projekts mit euch Alumni des Studiengangs »Medien und Information« beschäftigen – und dafür brauchen wir natürlich auch DICH.

In unserem Projekt geht es darum, beispielsweise eure Jobs, nachträgliche Einschätzungen zum Studiengang oder auch Perspektiven auf dem Arbeitsmarkt für MUI-Absolventen zu untersuchen.

In nächster Zeit werden wir hierzu einen Fragebogen entwickeln und wären dir sehr dankbar, wenn du dir dann die Zeit nehmen könntest und uns ein bisschen über deinen Werdegang nach deinem Studium erzählst.

Diese E-Mail dient aber lediglich als eine kleine »Vorwarnung«, noch musst du nichts ausfüllen.

Wir wünschen dir noch einen schönen Tag und würden uns freuen, demnächst etwas von dir zu hören.

Dein BelAMI Final Cut-Projektteam-Projektteam

Ein Problem beim Versenden der E-Mails bestand darin, dass die extra eingerichtete Outlook E-Mail-Adresse über den HAW Mailer keine ehemals gesendeten Nachrichten anzeigen konnte, sodass es schwer nachzuvollziehen war, welche Personen genau angeschrieben worden sind. Dieses Problem wurde behoben, indem eine neue E-Mail-Adresse bei Google Mail eingerichtet wurde. Ein weiteres Problem war es, dass mit der BCC-Funktion des E-Mail-Programms nur wenige (max. zehn) Personen gleichzeitig angeschrieben werden konnten.

Der Fragebogen ist fertig – die finale Mail

Nach dem Versenden der ersten Ankündigungsmails, wurden am 7.11.2017 E-Mails mit Links zu den fertigen Online-Fragebögen verschickt.

In der finalen E-Mail wurden die Alumni gebeten, den Fragebogen unter Einhaltung einer Deadline über den per Link verfügbaren Online-Fragebogen auszufüllen. Der Text lautete:

Hallo und Moin Moin,

wie bereits vor drei Wochen angekündigt, bekommst du nun heute deinen Umfragebogen zugeschickt. Wir interessieren uns dafür, was aus euch ehemaligen Mul-StudentInnen geworden ist. Wir wären dir sehr dankbar, wenn du dir dafür circa 10 Minuten Zeit nimmst und die Fragen kurz (oder wenn du magst auch etwas ausführlicher) beantwortest. Klicke dazu bitte einfach auf den nachfolgenden Link und schon kann die Umfrage beginnen. Es wäre toll, wenn du es bis zum Sonntag, den 19.11.17 schaffen würdest, die Fragen zu beantworten. Vielen Dank für deine Unterstützung.

Die Schwierigkeiten lagen hier wieder bei der Tatsache, dass das E-Mail-Programm per BCC Funktion nur eine geringe Anzahl von Empfängern gewährleisten konnte. Bei Fehlschlägen des Sendevorgangs bekamen die Versender jedoch eine Benachrichtigung und konnten die E-Mails noch einmal schubweise versenden.

Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Die Fragebögen sind an alle Alumni der vorhandenen und bearbeiteten Datenbank verschickt worden. Es sind ebenfalls Erinnerungsmails (Reminder) konzipiert worden, die die Alumni in mehreren zeitlichen Etappen daran erinnern sollen, den Fragebogen auszufüllen. Hierbei sind vorerst feste Kalendertage festgelegt, an denen die Erinnerungen an die noch fehlenden Studienteilnehmer ohne ausgefüllten Fragebogen gesendet werden. Die verschiedenen Erinnerungen unterscheiden sich dabei stilistisch aufsteigend in Bezug auf die Formulierung der Wichtigkeit der Ergebnisse für die BelAMI

Studie. Eine Besonderheit bildet die letzte Erinnerung am 3.12.2017: Sie wurde aus Sicht des Projektleiters verfasst und unterstreicht die Wichtigkeit der Teilnahme für das Projekt ausdrücklich, zudem werden die Alumni mit Namen angeschrieben. Die Erinnerungsmails bestehen teilweise aus Textbausteinen aus der BelAMI-Studie von 2013.

Drei Reminder

Der erste Reminder (22.11.2017)

Hallo lieber ehemaliger Mul-Student,

bestimmt erinnerst du Dich. Vor zwei Wochen sendeten wir Dir eine E-Mail mit der Bitte an einer Umfrage für unser Alumni-Projekt teilzunehmen. Es wäre super, wenn Du dir 10-15 Minuten Zeit nimmst und die Fragen kurz (oder auch gern etwas ausführlicher) beantwortest.

Klicke dazu bitte einfach auf den nachfolgenden Link und schon kann die Umfrage beginnen.

<https://www.umfrageonline.com/s/Master-Alumni>

Es wäre toll, wenn wir Deine Antworten bis Mittwoch, den 29. November 2017 bekommen.

Wir bedanken uns sehr für Deine Unterstützung.

Mit den besten Grüßen

Vom *BelAMI-Team*

Der zweite Reminder (30.11.2017)

Lieber ehemaliger Mul-Student,

leider bist Du noch nicht dazu gekommen, unsere Umfrage für die Absolventen-Studie der HAW auszufüllen. Deshalb unsere herzliche Bitte, unsere Projektarbeit durch Deine Mitwirkung aktiv zu unterstützen und Dich noch an der Umfrage zu beteiligen.

Was Du dafür brauchst, sind circa 10-15 Minuten für die Beantwortung unserer Online-Umfrage. Mit Deiner Hilfe könnten wir dann am Ende der Befragung wertvolle Ergebnisse über den Verbleib unserer Alumni gewinnen.

Hier geht es zu unserer Umfrage:
<https://www.umfrageonline.com/s/Bachelor-Alumni>

Wir freuen uns auf Deine Antworten, die uns bitte bis spätestens 7. Dezember 2017 erreichen und bedanken uns sehr für Deine Unterstützung.

Mit den besten Grüßen

vom *BelAMI-Team*

Der dritte Reminder (3.12.2017)

Liebe Frau <Nachname> | Lieber Herr <Nachname>

heute hat Ihr damaliger Professor von der HAW eine GROSSE BITTE:

Unser Projektteam BelAMI hat mir signalisiert, dass Sie noch keine Gelegenheit hatten, sich an unserer Online-Verbleibstudie zu beteiligen.

Das ist sehr, sehr schade. Wir rätseln, woran es denn liegen könnte. Ihre E-Mail-Adresse funktioniert, und unser Anliegen war doch wohl nicht zu aufdringlich, oder?

Vielleicht denken Sie ja, Sie sollten sich nicht beteiligen

– weil Sie bei dem, was Sie gerade arbeiten, Wissensorganisation und Dokumentation überhaupt nicht brauchen,

– weil Sie beruflich in eine Richtung gegangen sind, die mit MuI nicht das Geringste zu tun hat,

– weil Ihnen Ihre jetzige Berufssituation überhaupt nicht gefällt, sich das aber nicht zugeben wollen,

– weil Sie in Ihrem Leben auch ohne geregelte Erwerbstätigkeit sehr zufrieden sind.

Aber auch an solchen Ergebnissen ist unser Forschungsteam sehr interessiert; schließlich wollen wir den (zukünftigen) Erstsemestern ja offen und ehrlich berichten, was nach einem MuI-Studium alles möglich ist.

Bitte geben Sie sich einen kleinen Ruck, tun Sie mir und meinem Team einen großen Gefallen und opfern Sie in der nächsten Woche 10-15 Minuten Ihrer Zeit zum Ausfüllen des Online-Fragebogens.

Einfach hier ins Internet gehen:
<https://www.umfrageonline.com/s/Bachelor-Alumni>

und bis spätestens 10. Dezember 2017 ausfüllen. Ein kleiner Aufwand für Sie – vielleicht ein großer Erfolg für unser Projektteam. BITTE ANTWORTEN SIE.

Mit herzlichen Grüßen

Ihr Prof

ralph schmidt

5

Teil II: SURVEY

Auswertung der Umfrageergebnisse.

Auf den folgenden Seiten werden die Ergebnisse der Auswertung der Bachelor-Umfrage und der Master-Umfrage anhand von Diagrammen, Bildern und Tabellen dargestellt.

ES SOLL JA AUCH SCHÖN AUSSEHEN ...

Bachelor-Auswertung der Fragen zu Studium und Studieninhalten

Mit der Auswertung der Fragen zum Studium und den Studieninhalten sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Wie sehen die Stärken und Schwächen des Studiengangs aus? Welche Inhalte waren hilfreich, welche haben gefehlt? Hier geht es zum einen darum, dass die Hochschule hilfreiche Informationen erhält, um den Studiengang Medien und Information anzupassen und mögliche Verbesserungsmöglichkeiten des Studiums herauszufinden kann. Zum anderen sollen für die Studenten Inhalte des Studiums herausgefiltert werden, die später nützlich für das Berufsleben sein können.
- Welche Bedeutung hat das Praktikum für die Alumni?
- Hier geht es vor allem um die Frage, wie hilfreich fanden sie es, dass ein Praktikum im Studiengang integriert ist.
- Wie zufrieden waren die Studenten mit dem Studiengang?

Wie gut konntest du die MUI-Studieninhalte in deiner Berufstätigkeit verwenden?

72 der 101 Teilnehmer beantworteten diese Frage. Von diesen bewerteten die Meisten die Studieninhalte in ihrem späteren Beruf als gut verwendbar (Bild 51). Dies betrifft 32 Prozent der Befragten. 21 Befragte, also 29 Prozent, bewerteten die Verwendung der MUI-Studieninhalte als mittelmäßig.

Lediglich 13 Prozent der Alumni konnten die Studieninhalte überhaupt nicht im Beruf verwenden.

Insgesamt können 43 Prozent der Alumni die Inhalte gut bis sehr gut verwenden, 28 Prozent weniger bis überhaupt nicht. Eine eindeutige, allgemeine Aussage ist daher nicht möglich.



Bild 52: Welche Wahlpflichtmodule waren im Nachhinein für die Alumni besonders hilfreich

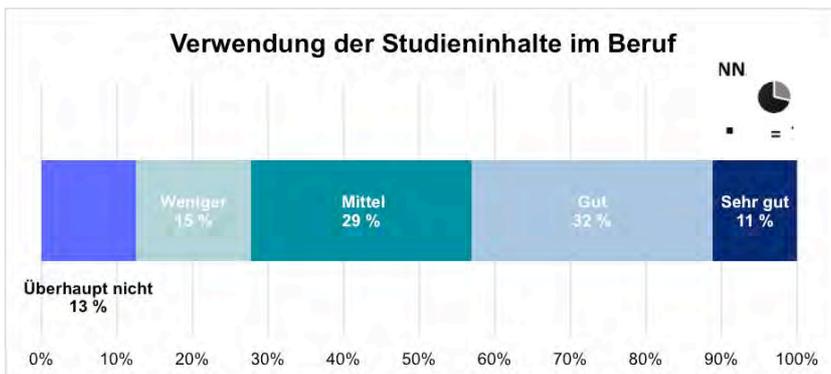


Bild 51: Wie gut konnten die Alumni die Studieninhalte im Beruf verwenden?

Bitte erinnere dich: Welche Wahlpflichtmodule waren im Nachhinein besonders hilfreich?

Die im Nachhinein besonders hilfreichen Wahlpflichtmodule werden mithilfe einer Wortwolke dargestellt (Bild 52). SEO beziehungsweise Suchmaschinen-

optimierung wurde von den Teilnehmern mit neun Nennungen am häufigsten aufgezählt. Darauf folgte mit acht Nennungen das Wahlpflichtmodul Design Thinking. Jeweils dreimal wurde angegeben, dass kein Wahlpflichtmodul besonders hilfreich war.

Suchmaschinenoptimierung und Design Thinking waren für die Alumni besonders hilfreiche Wahlpflichtmodule.

Bei den Antworten der Alumni wurden auch viele Pflichtmodule erwähnt: Da es sich hierbei um keine Wahlpflichtmodule handelt beziehungsweise kein spezieller Kurs angesprochen wird (zum Beispiel Projektmanagement), tauchen sie nicht in der Wortwolke auf. Einige fielen allerdings besonders positiv auf: So wurde sieben Mal berichtet, dass Projektmanagement im Nachhinein besonders hilfreich war. Ebenfalls positiv erwähnt wurden Pflichtmodule, die sich mit dem Thema IT oder Suchmaschinen beschäftigten.

Welche Skills aus dem Studium verwendest du heute noch bei deiner Tätigkeit? Verrate uns deine 3 Favoriten

Mit 42 Prozent wurde das Pflichtmodul Kommunikation und Präsentation als jenes bezeichnet, das die Teilnehmer heute noch bei ihrer Tätigkeit verwenden. Es hebt sich damit stark von den restlichen Pflichtmodulen ab, die je höchstens 24 oder weniger Prozent der Stimmen erhalten haben. Bei dem einzigen nicht genannten Pflichtmodul handelt es sich um Medientheorie. Insgesamt beantworteten 78 der 101 Teilnehmer die Frage nach der Verwendbarkeit der im Studium erlernten Skills.

Welche Studieninhalte hätten dir außerdem in deinem Job weitergeholfen?

Da es ein offenes Antwortfeld zu der Frage gab, mussten im ersten Schritt die Antworten ausgewertet und zu Oberbegriffen zusammengefasst werden. Insgesamt gab es 66 Nennungen zu fehlenden Studieninhalten, einige haben mehrere genannt. Nach der Kategorisierung kamen folgende mehr benötigte Themenbereiche aus dem Studiums zusammen (Bild 53):

- (Online-)Marketing (15x)
- Social Media (5x)
- Programmierung (3x)
- Projektmanagement (6x)
- Journalismus (2x)
- Usability (2x)
- Produktion (Massenmedien) (5x)
- Excel und Power Point (3x)
- BWL (5x)
- Unternehmenskommunikation (6x)
- empirische Wirtschafts- und Sozialforschung (4x)
- Wissensmanagement (3x).

Vom Pflichtmodul Kommunikation und Präsentation profitieren viele Alumni noch heute im Berufsleben.

Einfachnennungen gab es zu:

- Konzeption
- Büroorganisation
- Business English
- Recherche-Techniken im Netz
- Medienrecht (detaillierter)
- SAP
- und Web-Crawling.

Kurse zu (Online-)Marketing haben den Alumni im Studium am meisten gefehlt

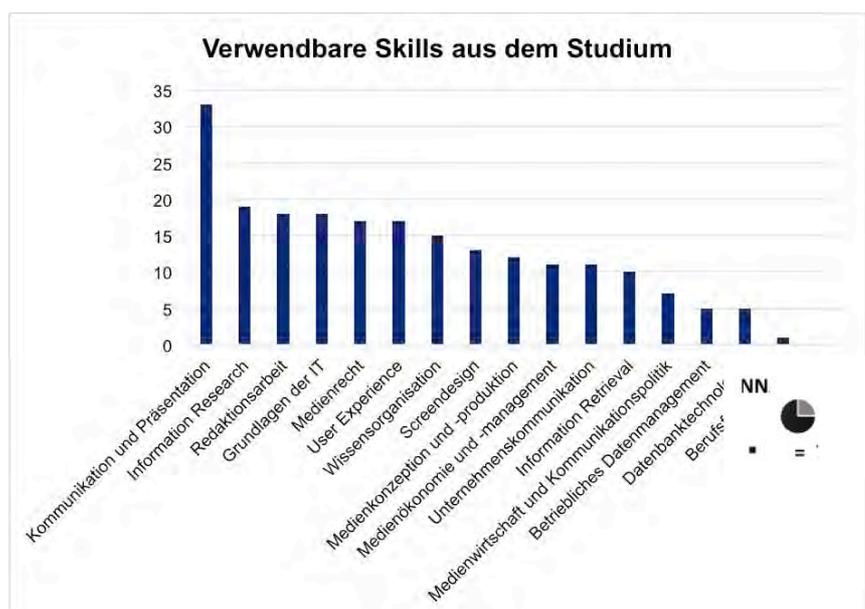


Bild 53: Welche Skills aus dem Studium können die Alumni im Beruf noch verwenden?

An der Wortwolke in Bild 54 kann man deutlich erkennen, dass den Alumni des Bachelorstudiengangs vor allem Kurse zu (Online-)Marketing gefehlt haben, dahinter folgen Projektmanagement und Unternehmenskommunikation.

Zum Oberbegriff (Online-)Marketing wurde unter anderem auch SEA und SEO gezählt. Zu Unternehmenskommunikation unter anderem auch Begriffe wie PR und Branding.

Es wurde ebenfalls überprüft, ob es einen Zusammenhang zwischen der Branche (wird im Themenfeld Beruf ausgewertet) und den hilfreichen Skills sowie den fehlenden Studieninhalten gibt. Dabei kam folgendes heraus:



Bild 54: Welche Inhalte im Studium hätten den Alumni außerdem in ihrem Job weitergeholfen?

In der Branche PR, Marketing, Werbeagentur wurden sich vor allem Inhalte zu Online-Marketing, BWL, PR und Social Media gewünscht. Diesen Absolventen haben im Studium Kurse, wie Kommunikation und Präsentation und User Experience am meisten geholfen. Ebenfalls hilfreich waren Unternehmenskommunikation, sowie Medienkonzeption und -produktion.

Den Alumni der Branche Presse, Verlagswesen, Buchmarkt haben vor allem Inhalte zu IT und Online-Marketing gefehlt. Hilfreich waren für sie zu gleichen Anteilen Medienrecht, Redaktionsarbeit und Grundlagen der IT.

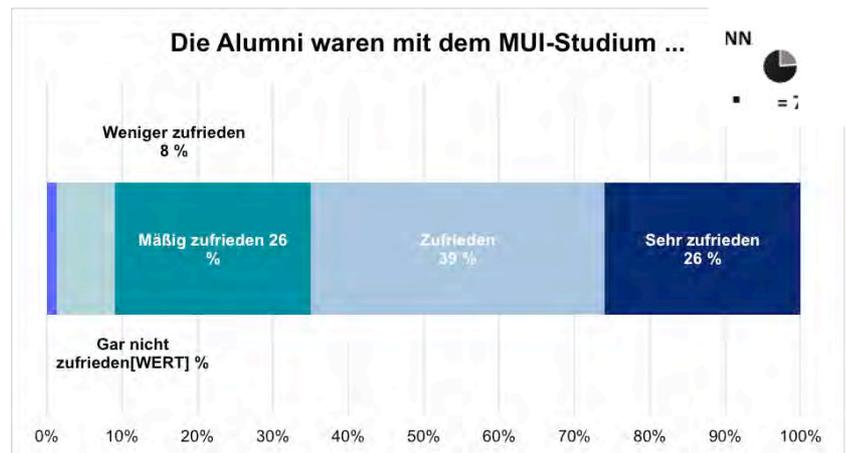


Bild 55: Wie zufrieden waren die Alumni mit dem Bachelor-Studium?

Den Absolventen, die jetzt in der Branche IT, New Media arbeiten, fehlten insbesondere Inhalte zu Programmieren und Usability. Information Research und Grundlagen der IT waren für sie hilfreiche Module. Aufgrund der geringen Anzahl an Angaben sind diese Aussagen nicht repräsentativ für die jeweiligen Branchen.

Wie zufrieden warst du mit deinem Studium insgesamt?

39 Prozent der Teilnehmer gaben an, mit dem MUI-Studium insgesamt zufrieden gewesen zu sein. Je 26 Prozent waren sehr oder mäßig zufrieden. Lediglich neun Prozent waren weniger oder gar nicht zufrieden (Bild 55).

Wie würdest du das Praxissemester hinsichtlich des Erfolgs bei der Berufswahl bewerten?

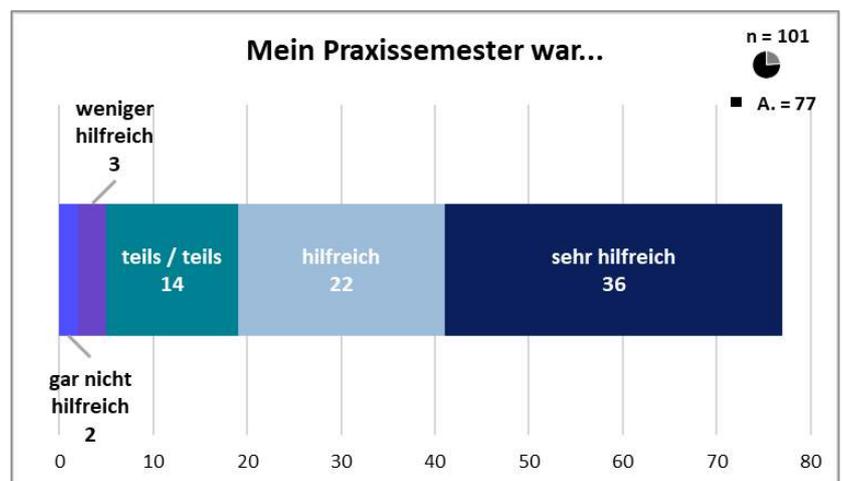


Bild 56: Für wie hilfreich bewerteten die Alumni ihr Praxissemester hinsichtlich des Erfolgs bei der Berufswahl?

36 der Befragten Alumni fanden ihr Praxissemester sehr hilfreich, 22 hilfreich für ihre spätere Berufswahl. Fünf Befragte fanden das Praktikum gar nicht oder weniger hilfreich. Insgesamt wird das Praxissemester zu ungefähr 75 Prozent als mindestens hilfreich angesehen.

36 der Alumni fanden ihr Praktikum sehr hilfreich.

Würdest du dich noch einmal für den Studiengang »Medien und Information« entscheiden?

Im Großen und Ganzen ist sich die Vielzahl der Absolventen einig, dass sie den Studiengang noch einmal studieren würden. 46 Prozent der Alumni würden sich auf jeden Fall nochmal dafür entscheiden, 37 Prozent unter anderen Umständen. Insgesamt würden also 83 Prozent die zu einem »Ja« tendieren. Insgesamt 17 Prozent würden sich eher nicht oder auf keinen Fall nochmal dafür entscheiden.

46 Prozent der Alumni würden »Medien und Information« auf jeden Fall nochmal studieren.

Die Alumni konnten außerdem begründen, warum sie den Studiengang Medien und Information auf keinen Fall nochmal studieren würden. Die beiden Alumni, die sich nicht erneut dafür entscheiden würden, gaben folgende Gründe an:

- Der Studiengang war nicht das, was er/sie erwartet hat.
- Dem Studiengang fehlt Innovation und er ist nicht aktuell genug.

Es wurde ebenfalls Kritik an einigen Lehrenden geäußert.

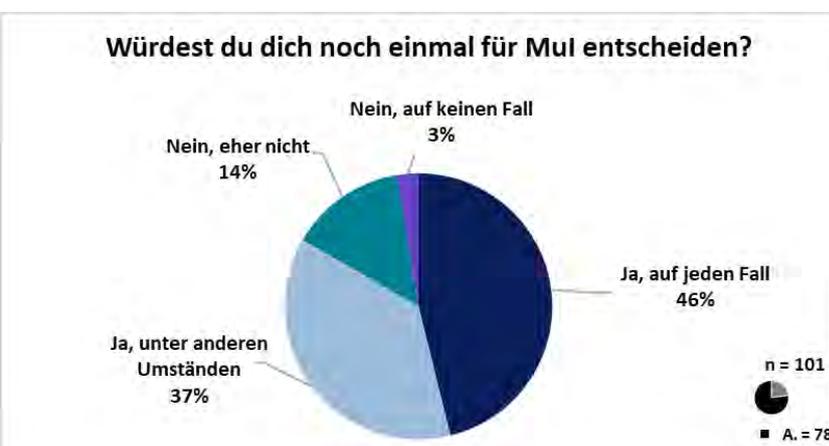


Bild 57: Würden sich die Alumni noch einmal für den Bachelorstudiengang entscheiden?

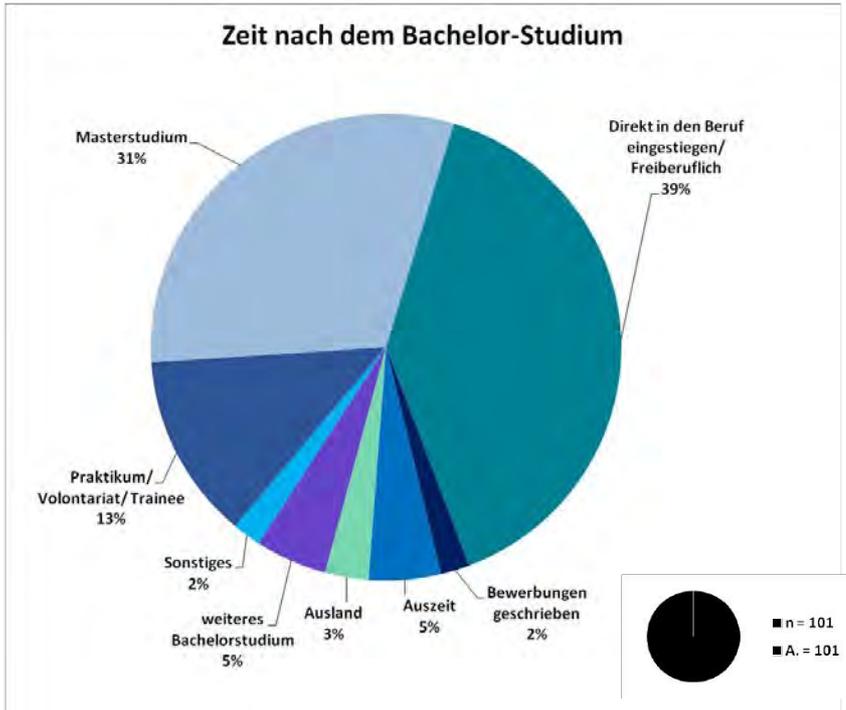


Bild 58: Angaben der Alumni, wie die Zeit nach dem Bachelor verbracht wurde

direkt in den Beruf eingestiegen ist (Bild 58). Zudem haben 31 Prozent (31 von 101) nach ihrem Bachelor ein Masterstudium begonnen. 13 weitere der Befragten haben angegeben, dass sie ein Praktikum, Volontariat oder Traineeprogramm angefangen haben. Darüber hinaus haben zwei weitere Personen nach dem Studium noch offene Bewerbungsverfahren gehabt. Drei weitere Befragte waren im Ausland. Der Auslandsaufenthalt gestaltete sich jeweils unterschiedlich. Eine Person hat dort einen Freiwilligendienst absolviert, eine weitere Person ihren Master im Ausland abgeschlossen und die dritte Person ist gereist. Unter Sonstiges fallen eine Nebenjob-Tätigkeit und ein Englischkurs.

BACHELOR-AUSWERTUNG DER FRAGEN ZUM BERUF.

Nachfolgend werden die Auswertungen der Fragebögen für die Bachelor-Alumni vorgenommen. Im Speziellen befasst sich diese Auswertung mit dem ersten und dem derzeitigen Job, sowie der allgemeinen Situation im Beruf und worauf die Alumni bei ihrer Arbeitssituation Wert legen.

In der Umfrage wurden die Alumni, die noch einen Master angefangen haben, gebeten, ihren Masterstudiengang und die Hochschule anzugeben. Die Tabelle zeigt, dass 20 der 31 Abgänger an der HAW geblieben sind, um hier Information, Medien, Bibliothek zu studieren (Tabelle 2).

Die meisten Alumni sind direkt nach dem Bachelor in den Berufs eingestiegen.

Für die Auswertung wurden die Daten des ersten Jobs beim derzeitigen Job noch einmal ausgewertet, wenn der Alumni dort immer noch tätig ist. Das ist unter anderem ein Grund, weshalb die Unterschiede zwischen dem ersten und dem derzeitigen Job nicht so gravierend sind.

Zeit nach dem Bachelor-Studium

Bei dieser Frage wurden die Alumni gebeten, anzugeben, was sie in der Zeit direkt nach Beendigung des Studiums gemacht haben. Die Ergebnisse verdeutlichen, dass mit 39 Prozent, die Mehrheit der Alumni (40 von 101)

Hochschule	Studiengang	Ort & Land	Alumni
HAW Hamburg	Information, Medien, Bibliothek	Hamburg, Deutschland	20
Universität Hamburg	Journalistik und Kommunikationswissenschaft	Hamburg, Deutschland	3
Humboldt-Universität zu Berlin	Medienwissenschaft	Berlin, Deutschland	2
Technische Universität	Sprache und Kommunikation	Berlin, Deutschland	1
RheinMain Hochschule	Design & Media Management	Wiesbaden, Deutschland	1
Hochschule der Medien Stuttgart	Elektronische Medien	Stuttgart, Deutschland	1
University of Westminster	Marketing Communications	London, England	1
Linnaeus University	Social Media and Web Technologies	Växjö, Schweden	1
Tilburg University	Business Communication and Digital Media	Tilburg, Niederlande	1

Tabelle 2: Tabellarische Darstellung der Masterstudiengänge, die die Bachelor-Alumni nach dem Studium begonnen haben



Bild 59: Dauer zwischen dem Bachelor-Abschluss und dem Berufseinstieg

Der erste Berufseinstieg nach dem Bachelor

Als nächstes soll die Frage geklärt werden, was es genau bedeutet, direkt in den Beruf eingestiegen zu sein. Es haben zwölf Alumni bereits vor dem Abschlusszeugnis ihren ersten Beruf begonnen. Die meisten Alumni (17 von 65 Antworten) haben direkt nach dem Erhalt des Abschlusszeugnisses begonnen, zu arbeiten. Ansonsten haben vier Absolventen erst nach circa drei Jahren ihren ersten Job nach dem Studium angefangen (Bild 59).

Nach durchschnittlich 4,5 Monaten haben die Alumni ihren ersten Job begonnen.

Darüber hinaus wurde analysiert, wie die Alumni zu ihrer Erstanstellung gekommen sind (Bild 60). Es haben 34 Prozent, (26 der 61 Alumni) angegeben, ihren Job über eine offizielle Ausschreibung gefunden zu haben. Elf Personen sind durch Beziehungen an ihren Job gekommen. Außerdem waren 18 Personen als Werkstudent vorher im Unternehmen tätig und wurden daher direkt übernommen. Von den 61 Befragten wurden 14 Prozent (11 Personen) nach einem Praktikum eingestellt. Zudem sind jeweils zwei Personen, über Xing und durch Initiativbewerbungen an ihren Job gelangt. Unter Sonstiges sind einmalige Antworten gefallen, wie zum Beispiel durch die Bachelorarbeit, eine Jobagentur, eine Zeitarbeitsfirma oder durch eine Dozentin an der HAW.

Die meisten Alumni finden ihren ersten Job durch offizielle Ausschreibungen.

Vergleich: Erster Job und derzeitiger Job der Bachelor-Alumni

Es sind 44 Personen von 62 und somit über die Hälfte der Befragten noch in demselben Unternehmen tätig, in dem sie nach dem Bachelor eingestiegen sind (Bild 61). Nach dem ersten Job haben derzeit sechs Befragte keine Beschäftigung und nur zwölf haben die Arbeitsstelle gewechselt. Somit ist die Mehrheit der Befragten noch im Einstiegsjob tätig.

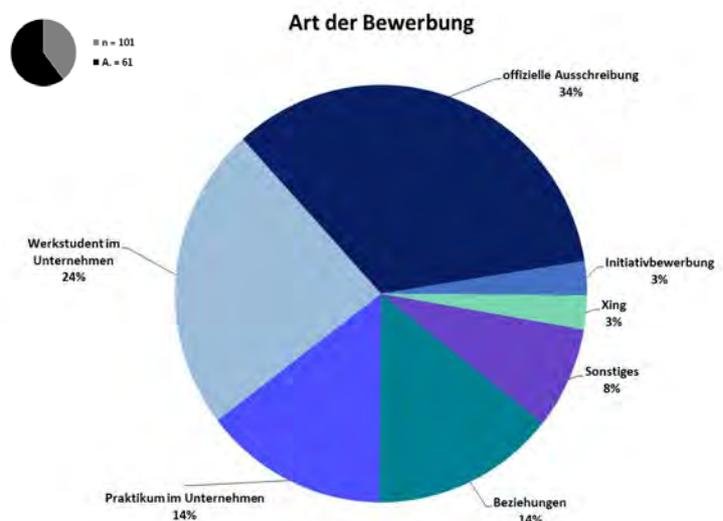


Bild 60: Der Weg, wie die Bachelor-Alumni zu ihrem ersten Job gekommen sind

Veränderung zum derzeitiger Job

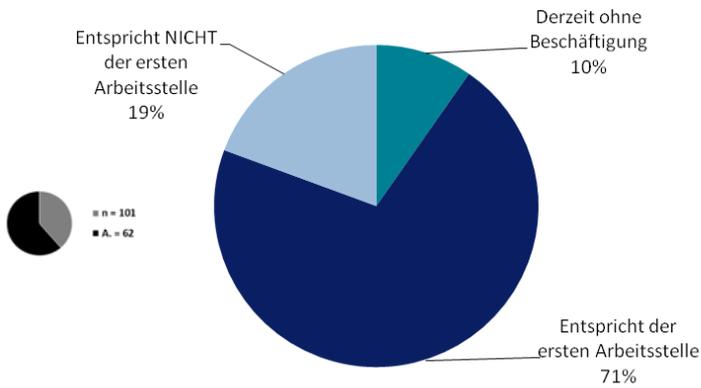


Bild 61: Die aktuelle Jobsituation der Bachelor-Alumni

Mit der Frage nach dem Unternehmen, soll eine der wichtigsten Fragen an die Alumni geklärt werden. Jeweils zwei der Bachelor-Alumni arbeiten sowohl im ersten als auch im derzeitigen Job bei der Faktor 3 AG, je zwei bei Gruner + Jahr (Bild 62). Alle Unternehmen, die von den Befragten zu ihrem ersten und derzeitigen Job genannt wurden, sind in der Wortwolke dargestellt. Die Arbeitgeber, die mehrmals genannt wurden, sind größer dargestellt (Bild 63).



Bild 62: Logos der zwei am häufigsten genannten Unternehmen, in denen die Bachelor-Alumni arbeiten

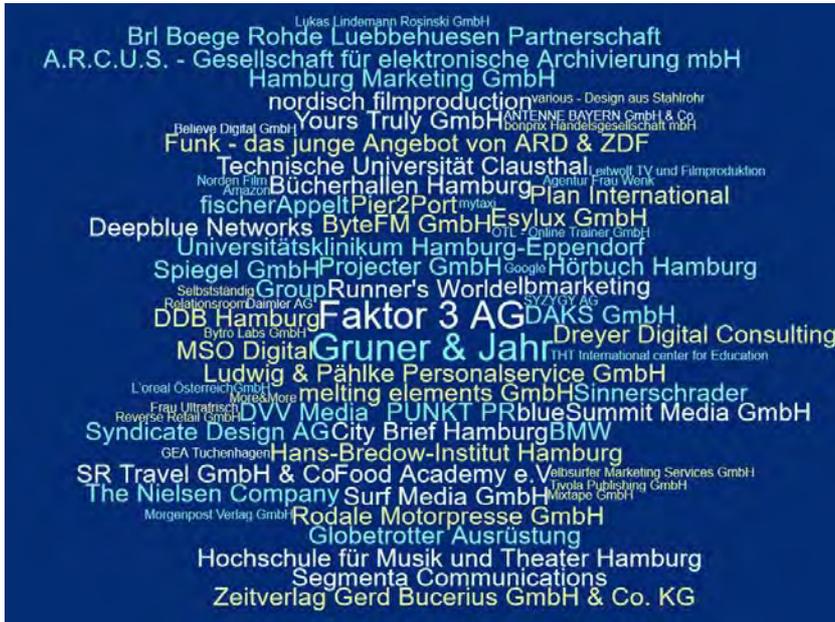


Bild 63: Unternehmen, aus denen die Bachelor-Alumni noch nicht gewechselt sind

Branchen, in denen die Mul-Alumni arbeiten

Eine weitere Kernfrage der Studie zielte auf die Branche der Bachelor-Alumni ab. Eine der am häufigsten genannten Branchen sind PR, Marketing und Werbeagentur, die von 19 Personen ausgewählt wurden (Bild 64). Denn hier arbeiten die Alumni sowohl im ersten als auch im derzeitigen Job am. Dicht dahinter liegt die Branche bestehend aus Presse, Verlagswesen, und Buchmarkt mit jeweils acht Angaben für den ersten und derzeitigen Job. Die Bereiche Rundfunk, TV, Film und IT, New Media haben sich jeweils vom ersten zum derzeitigen Job um eine Angabe verändert. In der Branche wissenschaftliche Einrichtung/ Universität/ Bildung und IT, New Media gab es im ersten Unternehmen vier Angaben und beim derzeitigen nur drei. Ebenfalls drei Befragte gaben an, in der Branche E-Commerce und Online-Handel zu arbeiten, die sich im Vergleich zum derzeitigen Job ebenfalls um eine Angabe verringert hat.

Sowohl beim ersten als auch beim derzeitigen Job wurden die Branchen Automobil, Digitalagentur, Digitale Analyse und Conversion Optimierung, Einzelhandel, Elektroindustrie, eMobility, Eventmanagement, Gesundheitswesen, Humanitäre Hilfe, Industrie, Kosmetik, Markt-, Meinungsforschung, Musik- und Kunstindustrie, Öffentliche Bibliothek, Online-Akademie, Online-Entertainment, Rechts- und Steuerberatung, Streaming, Suchmaschine, Tourismus, Transport/ Logistik, Transport/ Logistik/ Verein, Verschiedene Dienstleistungen im Medienbereich und Videospiele jeweils einmal genannt.

Insgesamt decken die Unternehmen, in denen die Absolventen arbeiten viele verschiedene Branchen ab. Es gibt somit keine klassische oder absolut mehrheitliche Branche, in der die Bachelor tätig sind.

Die meisten Alumni arbeiten in Marketing/ PR- Abteilungen.

Um die Berufsfelder genauer definieren zu können, sollte untersucht werden, in welchen Abteilungen die Alumni arbeiten (Bild 65). Die Alumni wurden gebeten, die Angabe zur jeweiligen Abteilung in ein freies Textfeld einzutragen. Für die Auswertungen wurden die Abteilungen in Gruppen eingeteilt. Die Abteilung, die am meisten genannt wurde, sowohl beim ersten als auch beim derzeitigen Job ist Marketing/ PR. Darauf folgt an zweiter Stelle mit jeweils sieben Nennungen Redaktion/ Online-Redaktion.

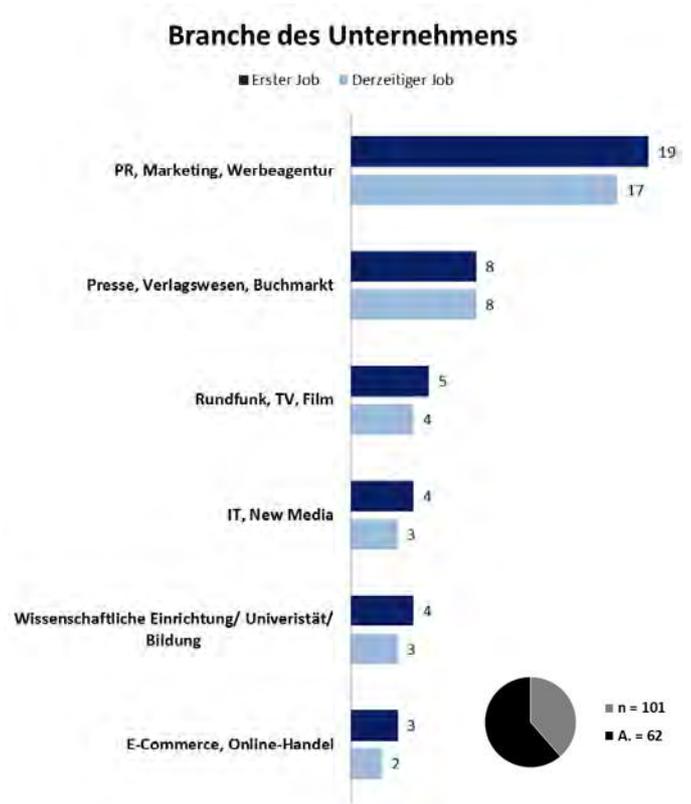


Bild 64: Einordnung der Unternehmen in verschiedene Branchen, in denen die Bachelor-Alumni tätig sind

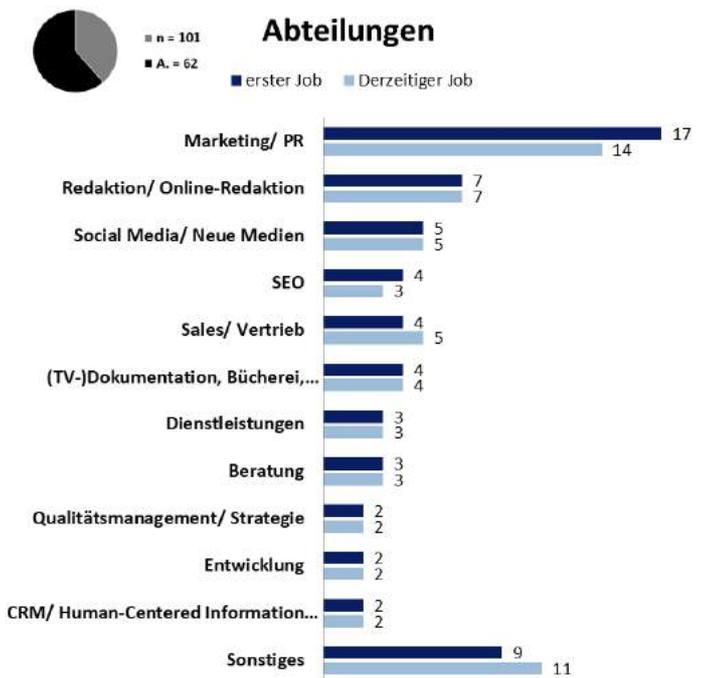


Bild 65: Die verschiedenen Abteilungen, in denen die Bachelor-Alumni arbeiten



Bild 66: Positionsbezeichnungen der Bachelor-Alumni aus dem ersten und dem derzeitigen Job

Mit jeweils fünf Nennungen folgt dann die Abteilung Social Media/Neue Medien. In den Abteilungen SEO und Sales/Vertrieb arbeiten im ersten Job jeweils einer weniger als im derzeitigen. Vier Personen gaben an, in der Abteilung Dokumentation, Bücherei, Dienstleistungen, Beratung zu arbeiten und jeweils zwei in der Abteilung Qualitätsmanagement/Strategie, Entwicklung und CRM. Zur Kategorie Sonstiges, wofür es neun im ersten beziehungsweise elf Nennungen im derzeitigen Job gab, gehören unter anderem Logistik, Webdesigner, Online-Business, Funk-Wissen und Bildung, Pädiatrische Onkologie (klinische Studien), CEO und Internationale Zusammenarbeit – Disaster Risk Management.

Positionen der Mul-Alumni

Die Bachelor-Alumni wurden ebenfalls gebeten, ihre Position anzugeben. Das hat den Zweck, neue Positionsbezeichnungen kennenzulernen. In der Wortwolke sind wieder die Mehrfachnennungen (von insgesamt 60 Angaben) größer dargestellt (Bild 66). Die häufigsten Berufsbezeichnungen sind Marketing und Kommunikation, SEO und Projektmanager. Auch hier unterscheiden sich die Positionsbezeichnungen des ersten und des derzeitigen Jobs nicht stark. Nicht so geläufige Positionsbezeichnungen sind Local Director, Kultur und Pop Digital PR, Specialist Paid Distribution, Foreign Teacher und Fachangestellte für Medien- und Informationsdienste.

Tätigkeitsbereiche

Bei der Frage zum persönlichen Tätigkeitsbereich wurden die Alumni gebeten, die drei passendsten aus einer Auswahl auszusuchen. Dafür standen 24 Tätigkeitsbereiche zur Auswahl. Zudem gab es noch die Option die Tätigkeit in ein freies Eingabefeld einzutragen. Hierbei ist zu erkennen, dass es keine großen Unterschiede vom ersten zum jetzigen Job gibt (Bild 67). Jeweils 18 Alumni haben angegeben, dass Projektmanagement und Qualitätsmanagement wichtige Tätigkeiten in ihrem Beruf sind. An zweiter Stelle haben 15 Personen Content-Management

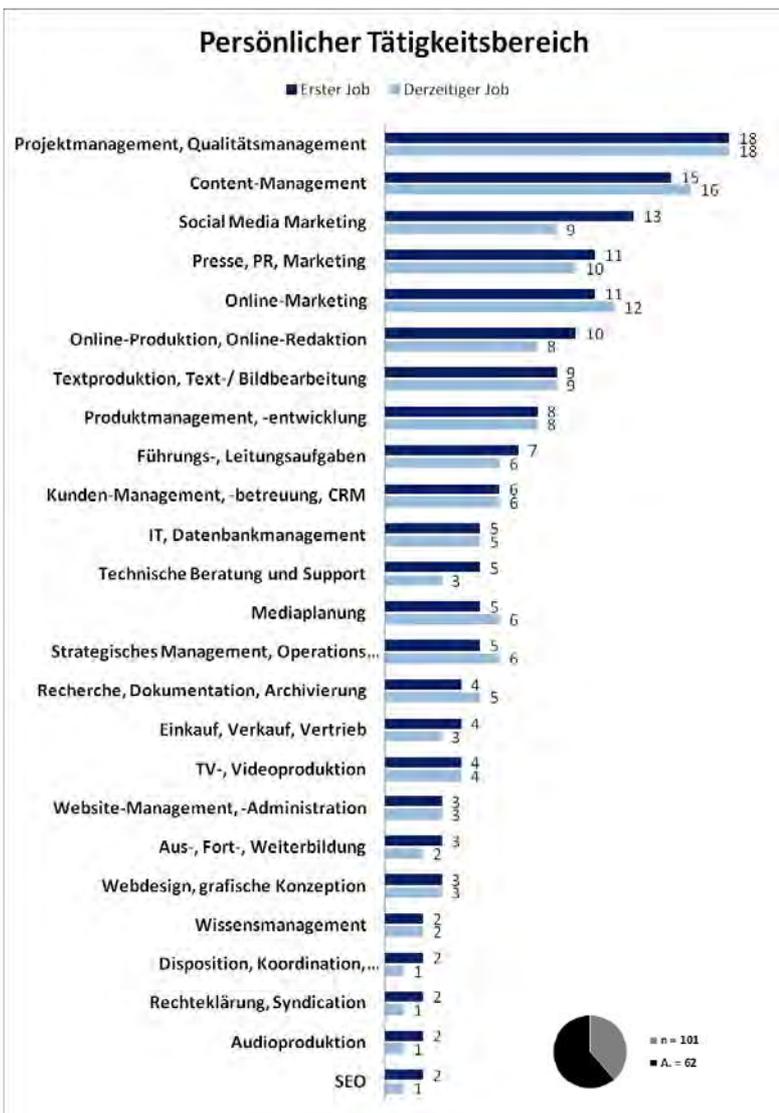


Bild 67: Tätigkeitsbereiche der Alumni

genannt. Dieser Tätigkeitsbereich hat sich beim derzeitigen Job um eine weitere Person gesteigert. Ein deutlicher Unterschied ist bei der dritten Nennung von Social-Media-Marketing erkennbar. Denn waren es beim ersten Job noch 13 Personen, sind es beim derzeitigen Job nur noch neun Personen. Die Tätigkeitsbereiche Presse, PR, Marketing und Online-Marketing haben sich jeweils um eine Person verändert im Vergleich zum ersten und derzeitigen Job. Der Bereich Textproduktion, Text-/Bildbearbeitung wurde jeweils von neun Personen genannt. Zwischen acht und fünf Nennungen haben die Tätigkeitsfelder Online-Produktion, Online-Redaktion, Textproduktion, Produktmanagement, Führungs-, Leitungsaufgaben, Kunden-Management, CRM, IT und Technische Beratung/Support. Am geringsten beziehungsweise nur jeweils zwei Nennungen, haben die Bereiche Disposition, Koordination, Organisationsassistent, Rechtereklärung, Syndication, Audioproduktion und SEO. Bereiche, die keine oder nur eine Nennung erhalten haben, wurden nicht im Diagramm aufgeführt. Dies betrifft die Tätigkeitsbereiche Bestandsmanagement, Formatentwicklung, Kommunikationsmanagement, Mediendokumentation, Dienstleistungen, Humanitäre Intervention und Universität.

Am häufigsten arbeiten die Bachelor-Alumni im Projektmanagement und im Qualitätsmanagement.

Unternehmensgröße und Ort

Um einen besseren Eindruck davon zu bekommen, für welche Unternehmen, sich die Absolventen als Einstiegsjob entschieden haben, wurden sie gebeten die Größe anzugeben. 41 Prozent der Alumni,

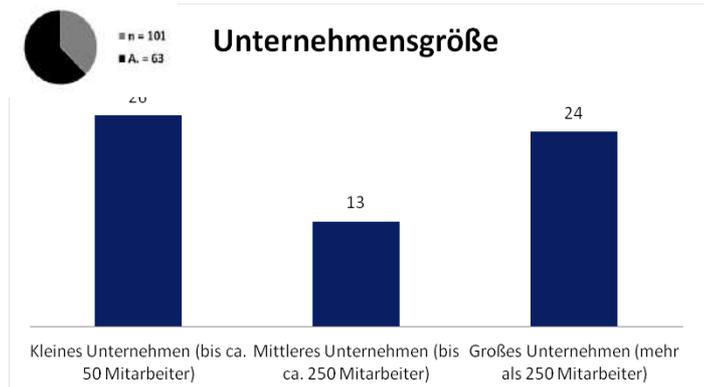


Bild 68: Unternehmensgröße im Bachelor-Einstiegsjob

also 26 Personen haben beim Berufseinstieg in einem kleinen Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern angefangen (Bild 68). An zweiter Stelle folgen mit 24 Absolventen diejenigen, die ihren Einstiegsjob in einem großen Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern begonnen haben. An letzter Stelle folgen die Alumni, die in mittleren Unternehmen mit bis circa 250 Mitarbeitern arbeiten. Hierbei handelt es sich um 13 Personen. Diese Frage wurde nur zum ersten Job gestellt, weshalb es keine Daten über die Unternehmen des derzeitigen Jobs gibt. Somit fiel die Entscheidung beim Einstiegsjob für die Bachelor-Absolventen sowohl auf kleinere als auch auf größere Unternehmen.

Die Alumni wurden angehalten, den Standort des Unternehmens anzugeben. Aus diesen Informationen und der Angabe zum Unternehmen wurde die PLZ ermittelt. Diese wurden in einer Karte dargestellt (Bild 69). 46 der 61 angegebenen Unternehmen des ersten und 44 des derzeitigen Jobs befinden sich in Hamburg. Innerhalb Hamburgs ist eine

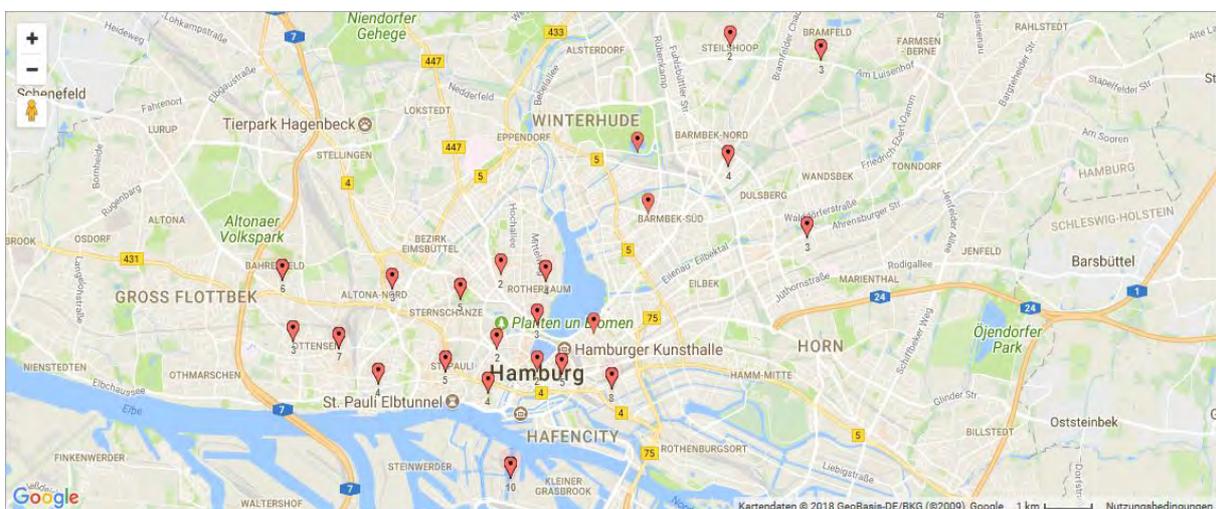


Bild 69: Verteilung der ersten und derzeitigen Unternehmen der Bachelor-Alumni in Hamburg



Bild 70: Weltweite Standortverteilung des ersten und derzeitigen Unternehmens, in denen die Bachelor-Alumni tätig sind

Gleichverteilung zu erkennen. Weitere Unternehmen sitzen in Osnabrück, Ismaning, München, Stuttgart, Berlin, Gießen, Büchen, Ludwigslust, Leipzig, Ahrensburg, Baden-Baden, Bremen, Kirchgellersen, Clausthal-Zellerfeld, Wien (Österreich), Dalat (Vietnam) und Dublin (Irland).

72 Prozent der Alumni arbeiten am Studienort Hamburg

tig, in welchem Arbeitsverhältnis die jeweiligen Befragten stehen. Daher wurden die Alumni zusätzlich gefragt, ob sie halbtags oder ganztags arbeiten.

Bei den Antworten zum Gehalt beim ersten Job liegen 56 Antworten vor. Insgesamt 22 der Befragten sind bei ihrem ersten Job in Vollzeit unbefristet angestellt. Davon verdienen acht Personen 2501 Euro bis 3000 Euro (Bild 71).

Gehalt und andere persönliche Merkmale am Arbeitsplatz

Für die zukünftigen Bachelor-Absolventen ist das Gehalt eine spannende Frage. Daher wurden die Bachelor Alumni gebeten, ihr Bruttogehalt pro Monat anzugeben (Bild 72). Zudem ist hierbei wichtig,

Vollzeit befristet sind insgesamt 15 Personen der Befragten bei ihrem ersten Job angestellt. Von diesen 15 Personen verdienen vier mehr als 3 000 Euro. Insgesamt sechs Personen der Befragten sind Teilzeit befristet angestellt. Drei von ihnen verdienen weniger als 1500 Euro.

Gehalt nach Arbeitsverhältnis erster Job

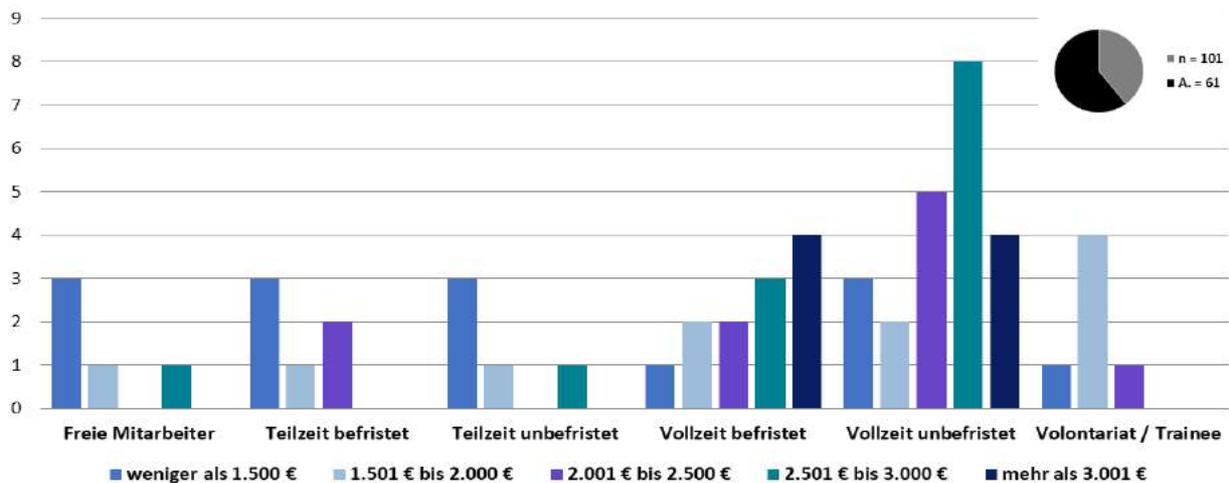


Bild 71: Angaben zum Gehalt und zum Arbeitsverhältnis im ersten Job der Bachelor-Alumni

Gehalt nach Arbeitsverhältnis derzeitiger Job

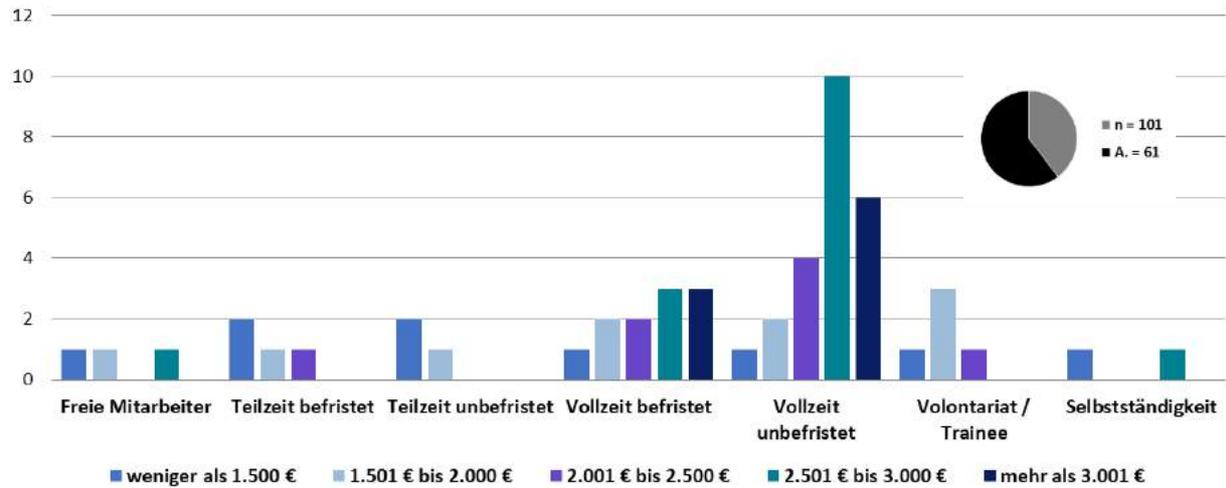


Bild 72: Angaben zum Gehalt und Arbeitsverhältnis im derzeitigen Job der Bachelor-Alumni

Zudem gibt es unter den Befragten insgesamt sechs, die ein Volontariat oder Trainee absolvieren. Davon verdienen vier und somit die Mehrheit zwischen 1500 Euro und 2000 Euro. Darüber hinaus gab es noch die freien Mitarbeiter als Antwortmöglichkeit. Hierbei gibt es insgesamt fünf freie Mitarbeiter, von denen drei weniger als 1500 Euro verdienen. Außerdem gab es beim Arbeitsverhältnis auch die Auswahlmöglichkeit Selbstständigkeit. Bei den Bachelor-Absolventen sind zwei selbstständig tätig. Eine Bachelor-Absolventin hat die Beweggründe zur Selbstständigkeit genauer erläutert. Sie sei begeistert von dem Projekt, liebe die flexiblen Arbeitszeiten, trotz mehr als 40-Stunden-Woche, das Netzwerken und die Projektarbeit. Am besten gefiele ihr an der Selbstständigkeit, dass man vom ersten Schritt bis zum fertigen Produkt dabei ist. Beide Selbstständige würden diese Entscheidung wieder treffen.

Beim derzeitigen Job sieht die Verteilung ähnlich aus. Hier sind insgesamt 23 Personen der Befragten bei ihrem derzeitigen Job in Vollzeit unbefristet angestellt (Bild 72). Davon haben zehn Befragte angegeben, dass sie von 2501 Euro bis 3000 Euro verdienen. Sechs weitere haben angegeben, dass sie mehr als 3000 Euro verdienen. In dem Arbeitsverhältnis in Vollzeit befristet sind insgesamt elf Personen. Hierbei verdienen jeweils drei Personen zwischen 2501 Euro bis 3000 Euro und mehr als 3000 Euro. Insgesamt fünf Personen der Befragten sind Teilzeit befristet angestellt. Zwei von diesen fünf Befragten verdienen weniger als 1500 Euro. Zudem sind insgesamt sechs der Befragten als Volontär/ Trainee eingestellt. Drei von ihnen verdienen zwischen 1501 Euro bis 2000 Euro. Darüber sind in dem Arbeitsverhältnis freier Mitarbeiter insgesamt drei Personen von den Befragten tätig. Außerdem gab ein Befragter an, sich beim derzeitigen Job selbstständig gemacht zu haben, weil er kein Interesse an der Medienbranche mehr habe.

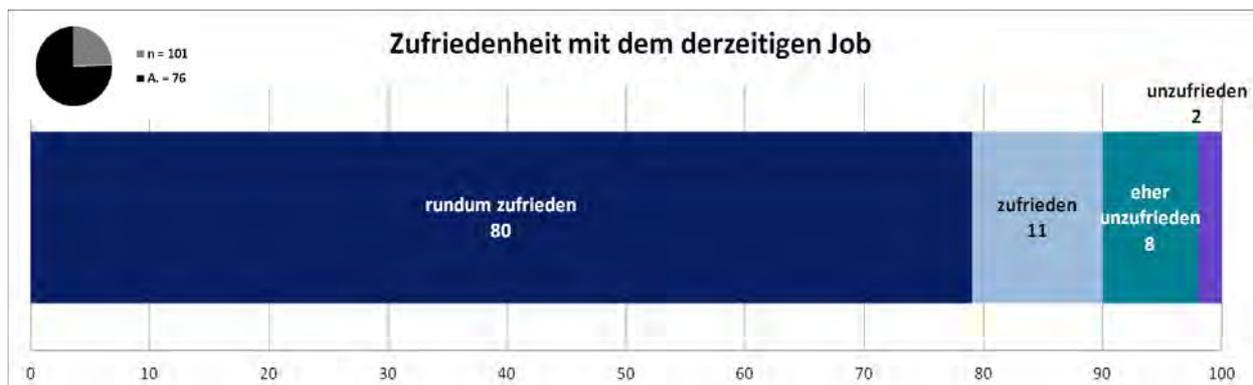


Bild 73: Zufriedenheit der Bachelor-Alumni in ihrem derzeitigen Job

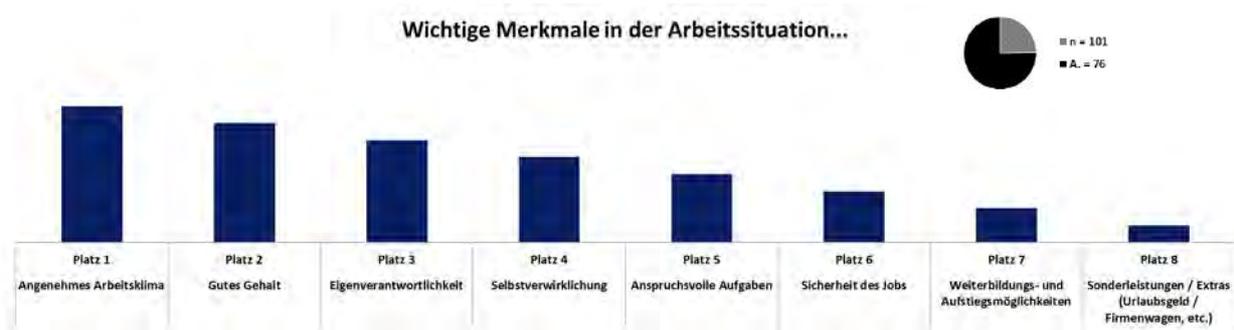


Bild 74: Faktoren, die für die Bachelor-Alumni am Arbeitsplatz von Bedeutung sind

Der Zweite, der sich nach der ersten Tätigkeit selbstständig gemacht hat, gab als Beweggrund an, dass der Hauptberuf schon länger nicht mehr glücklich gemacht habe und sich parallel das eigene Unternehmen aufgebaut hätte.

Arbeitszufriedenheit

Allerdings ist nicht nur das Gehalt interessant für den zukünftigen Berufseinstieg, sondern auch die Zufriedenheit der Bachelor-Alumni. Daher wurde den Absolventen diese Frage mittels eines Reglers von rundum zufrieden bis unzufrieden gestellt. Die Mehrheit der insgesamt 76 Befragten ist zu 80 Prozent rundum zufrieden mit ihrer derzeitigen Arbeitssituation (Bild 73). Zufrieden sind elf Alumni. Eher unzufrieden sind acht Alumni. Nur zwei sind unzufrieden mit der Arbeitssituation.

90 Prozent der Befragten sind zufrieden oder rundum zufrieden mit ihrer derzeitigen Arbeitsstelle.

Auch die Merkmale in der Arbeitssituation spielen eine bedeutende Rolle. Daher wurden den Alumni einige Merkmale vorgeschlagen, die sie in eine persönliche Reihenfolge bringen sollten. Ein angenehmes Arbeitsklima ist bei den Befragten auf Platz eins (Bild 74). Darauf folgend wurden gutes Gehalt und Eigenverantwortlichkeit genannt. Auf Platz vier folgt die Selbstverwirklichung. Danach schließen sich anspruchsvolle Aufgaben, Sicherheit im Job und Weiterbildungsmöglichkeiten an. Am geringsten und somit auf dem letzten Platz wurden Sonderleistungen und Extras wie Urlaubsgeld und Firmenwagen genannt.

Mit der Frage, welche fünf Dinge am Arbeitsplatz nicht fehlen dürfen, sollten die Alumni für sie relevante Merkmale auswählen. Zusätzlich zu den vorgeschlagenen Antwortmöglichkeiten wurde hierfür ein Textfeld zur Verfügung gestellt, um bei fehlenden Merkmalen diese ebenfalls anzugeben.

Bachelor-Alumni legen auf ein angenehmes Arbeitsklima viel wert.

Besonders häufig (64 beziehungsweise 62 von 76 Nennungen) wurde das Merkmal super Arbeitskollegen und gutes technisches Equipment genannt (Bild 75). Gute Laune und ein toller Chef wurden auf den dritten und vierten Platz gerankt. 39 der Befragten gaben an, dass ein bequemer Schreibtischstuhl nicht fehlen darf. Selten bis gar nicht genannt wurden Yogaräume, Firmenfahrten/Firmenfeste, Flexibilität/ Home Office, Flexible Arbeitszeiten und eine Tischtennis Platte.

Eine Umfrage von Statista aus dem letzten Jahr bestätigt diese Angaben der Alumni. Auch in dieser Studie gaben die Arbeitnehmer an, dass eine gute Beziehung zu den Kollegen ein Faktor ist, der Berufseinsteiger an ihren Arbeitgeber bindet.

- 1. Super Arbeitskollegen
- 2. Gutes technisches Equipment
- 3. Gute Laune
- 4. Toller Chef
- 5. Bequemer Schreibtischstuhl
- 6. Gute Kaffeemaschine
- 7. Obst
- 8. Bier und sonstige Frischgetränke
- 9. Bürohund
- 10. Persönliche Einrichtung des Arbeitsplatzes
- 11. Frühstück
- 12. Flipper/ Kicker

Bild 75: Hitliste der Dinge, die am Arbeitsplatz nicht fehlen dürfen

... AUCH FÜR DIE MASTER

Master-Auswertung der Fragen zum Studium und Studieninhalten

Bachelor-Studium vor dem Master

Studiengang	Hochschule	Land & Ort	Anzahl der Alumni
Bibliotheks- und Informationsmanagement	HAW Hamburg	Hamburg, Deutschland	14
Medien und Information	HAW Hamburg	Hamburg, Deutschland	9
Angewandte Kulturwissenschaften	Leuphana Universität	Lüneburg, Deutschland	2
Bibliotheks- und Informationsmanagement	Hochschule der Medien	Stuttgart, Deutschland	2
Informationsmanagement	Hochschule Hannover	Hannover, Deutschland	2
Medien- und Kommunikationswissenschaften	Universität Hamburg	Hamburg, Deutschland	2
Informationswissenschaft- und Management	HAW Hamburg	Hamburg, Deutschland	1
Internationales Informationsmanagement	Uni Hildesheim	Hildesheim, Deutschland	1
IT and Design	FH Lübeck	Lübeck, Deutschland	1
Journalistik und Management	Hochschule Magdeburg-Stendal	Magdeburg, Deutschland	1
Media Management	Rhein Main	Wiesbaden, Deutschland	1
Media Management	HS Mittweida	Mittweida, Deutschland	1
Medienbildung - visuelle Kultur und Kommunikation	Universität Magdeburg	Magdeburg, Deutschland	1
Public Relations	Hochschule Hannover	Hannover, Deutschland	1

Tabelle 3: Welche Bachelorstudiengänge schlossen die Alumni vor ihrem Master ab?

Die Teilnehmer schlossen überwiegend den Bachelorstudiengang Bibliotheks- und Informationsmanagement an der HAW Hamburg ab (Tabelle 3). Dies betrifft 35 Prozent der 41 befragten Master-Alumni. 22,5 Prozent waren Alumni des Studiengangs Medien und Information der HAW Hamburg. Der Rest der Alumni setzt sich zusammen aus verschiedenen Hochschulen aus ganz Deutschland. Nur eine Teilnehmerin hat ihren Bachelor in Sofia in Bulgarien gemacht. Überwiegend kommen die Alumni aus Studiengängen mit Medien- oder Bibliothekshintergrund.

Zufriedenheit mit dem Bachelorstudiengang

Die Alumni gaben an, mit ihrem zuvor abgeschlossenen Bachelorstudium überwiegend zufrieden gewesen zu sein (Bild 76). Es ist zu erkennen, dass keiner der Befragten mit seinem Bachelorstudium unzufrieden war. Die Alumni des Studiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement der HAW Hamburg waren überwiegend zufrieden oder sehr zufrieden.

Viele Alumni waren mit ihrem Bachelorstudium zufrieden.

Dies trifft auch auf die Alumni von anderen Bachelorstudiengängen zu. 44 Prozent der Absolventen des Studiengangs Medien und Information der HAW Hamburg waren zufrieden oder sehr zufrieden. Ebenfalls 44 Prozent mäßig zufrieden. Lediglich elf Prozent waren weniger zufrieden.

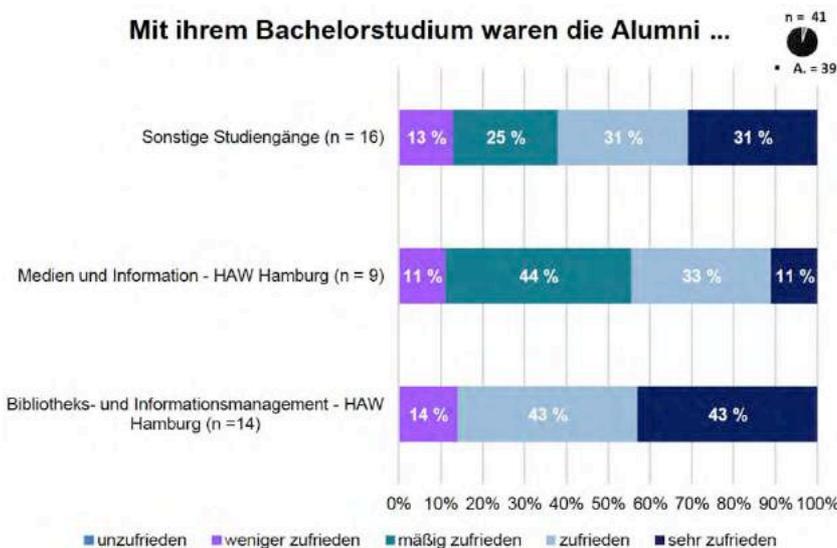


Bild 76: Zufriedenheit der Alumni mit ihrem Bachelorstudiengang



Bild 77: Gründe zur Entscheidung für einen Masterstudiengang



Bild 78: Gründe zur Entscheidung für einen Master an der HAW

Entscheidung für ein Masterstudium

Bild 77 zeigt deutlich, dass für 25 von 38 Alumni »bessere Aufstiegschancen im Job« der Grund für das Masterstudium waren. Für fast die Hälfte war auch »Weiterbildung« ein wichtiger Faktor bei der Entscheidung.

Ein Drittel der Alumni hat sich aufgrund besserer Aufstiegschancen im Job für ein Masterstudium entschieden.

Drei Befragte haben das offene Antwortfeld für weitere Gründe genutzt. So entstanden die Antworten »Um nicht arbeiten zu müssen« und »Arbeit in Wissenschaft«. Zwei der Alumni waren nach dem Bachelor noch nicht bereit für das Arbeitsleben, ein/e wollte sich mit dem Master später die Möglichkeit eröffnen, in der Wissenschaft zu arbeiten.

Gründe für den Master an der HAW Hamburg

Bei der Frage, warum die Alumni sich gerade für den Masterstudiengang an der HAW entschieden haben, konnten sie zwischen den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten »Hoher Praxisbezug«, »Ansprechende Beschreibung der Studieninhalte«, »Guter Ruf der HAW« und »Standort Hamburg« wählen (Bild 78). Zusätzlich gab es noch die Möglichkeit, dass die Befragten weitere Gründe in einem Feld eintragen konnten. Aus den freien Antworten wurde ein weiterer Grund herausgefiltert: »bereits Bachelor an der HAW«.

Hoher Praxisbezug und eine ansprechende Beschreibung der Studieninhalte waren die Hauptgründe für den Master an der HAW.

Die Alumni haben sich für die HAW vor allem wegen des hohen Praxisbezugs und der ansprechenden Beschreibung der Studieninhalte entschieden. Für sieben Alumni war der gute Ruf ausschlaggebend. Vier haben den Master an der HAW gemacht, da sie dort zuvor auch den Bachelor gemacht hatten. Für drei war vor allem der Standort Hamburg wichtig.

Verwendbarkeit der IMB-Studieninhalte

31 Prozent der Teilnehmer gaben an, die Studieninhalte in ihrer Berufstätigkeit gut verwenden zu können, 13 Prozent können dies sogar sehr gut (Bild 79). Lediglich zehn Prozent können die Inhalte aus dem Studium überhaupt nicht anwenden.

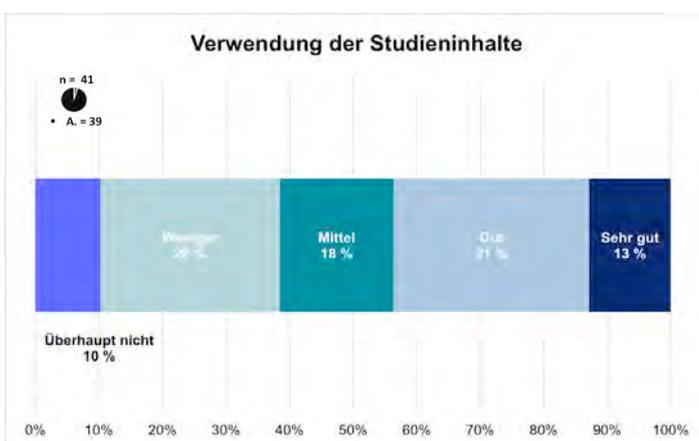


Bild 79: Anwendbarkeit der Studieninhalte im Job

Insgesamt haben also 44 Prozent der Alumni angegeben, die Studieninhalte in ihrem Beruf gut bis sehr gut anwenden zu können, 38 Prozent weniger bis überhaupt nicht. Aufgrund der ähnlichen Verteilung kann hier keine konkrete Tendenz zu der Verwendbarkeit der Studieninhalte im Berufsleben getroffen werden.

44 Prozent der Alumni können die Studieninhalte gut bis sehr gut im Beruf anwenden.

Studieninhalte, die im Beruf gebraucht werden

Als noch heute verwendbarer Skill wurde mit 53 Prozent überwiegend »Informationsarchitektur und -technologie« genannt (Bild 80). Darauf folgt Informationswissenschaft und -praxis mit 47 Prozent.

Ebenfalls wurde untersucht, ob es einen Zusammenhang zwischen der Branche und den hilfreichen Skills aus dem Studium gibt. Die Ergebnisse sind aufgrund der geringen Zahlen zwar nicht repräsentativ, jedoch wurde Folgendes genannt:

- In der Branche »PR, Marketing, Werbeagentur« waren besonders Kultur- und Medienvermittlung, Internationale Kommunikation und Medienwissenschaft und Informationsarchitektur und -technologie hilfreich.
- Den Absolventen der Branche »IT, New Media« haben besonders Skills aus Informationswissenschaft und -praxis sowie Informationsarchitektur und -technologie geholfen.
- In der Branche »Rundfunk, TV, Film« sind zu gleichen Anteilen Informationswissenschaft und -praxis und Informationsarchitektur und -technologie hilfreich.
- Den Absolventen, die jetzt in wissenschaftlichen Einrichtungen arbeiten, helfen vor allem Skills aus »Kultur- und Medienvermittlung« und »Internationale Kommunikation und Medienwissenschaft«.

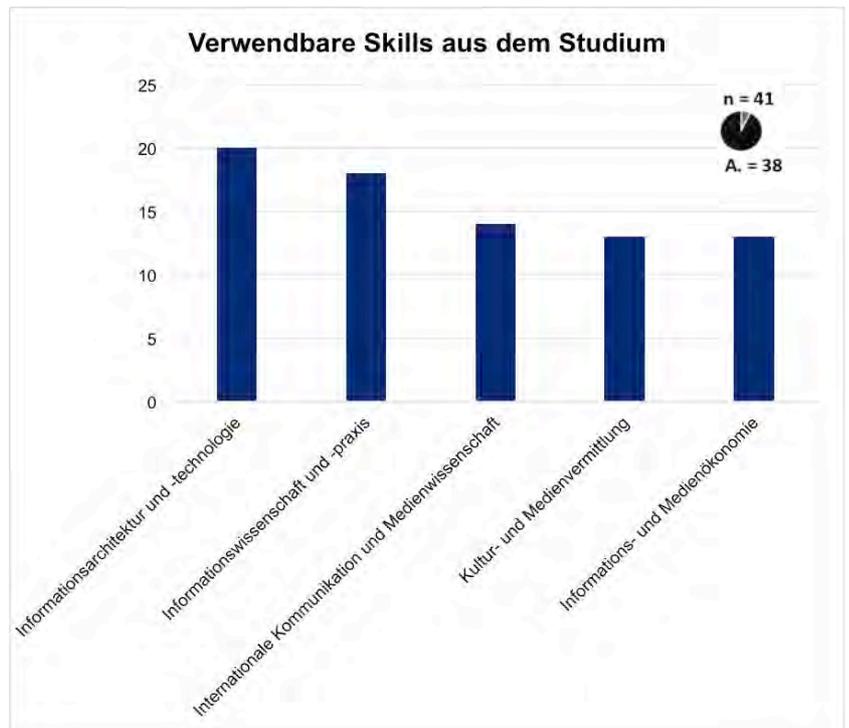


Bild 80: Anwendbarkeit der Skills aus dem Studium im Job

Studieninhalte, die gebraucht worden wären

Nach der Auswertung der Antworten gab es insgesamt 32 Angaben zu den folgenden als fehlend eingeschätzten Inhalten im Studium:

- (Online-)Marketing (5x)
- Social Media (2x)
- BWL (7x)
- Projektmanagement (1x)
- Bibliothekspädagogik (1x)
- Medienproduktion (1x)
- Innovationsmanagement (1x)
- Recht (2x)
- Journalismus (2x)
- Sprachen (1x)
- Programmieren (6x)
- Softwarekurse (3x)

In der Auswertung wurden Aussagen, die keine speziellen Inhalte ansprechen, nicht miteinbezogen. Häufig wurde jedoch genannt, dass die angebotenen Kurse aufgrund mangelnder Qualität nicht gut waren. Einmal wurde sogar das Können von Professoren bemängelt. Es wurde aber auch darauf hingewiesen, dass dies nicht alle betreffen würde. Ein weiterer Punkt ist, dass einigen Absolventen der Master zu bibliotheksspezifisch war, anderen jedoch zu wenig spezialisiert auf die Bibliothek. Die fehlenden Studieninhalte im Master wurden anhand einer Wortwolke dargestellt (Bild 81).



Bild 81: Studieninhalte, die Alumni sich gewünscht hätten

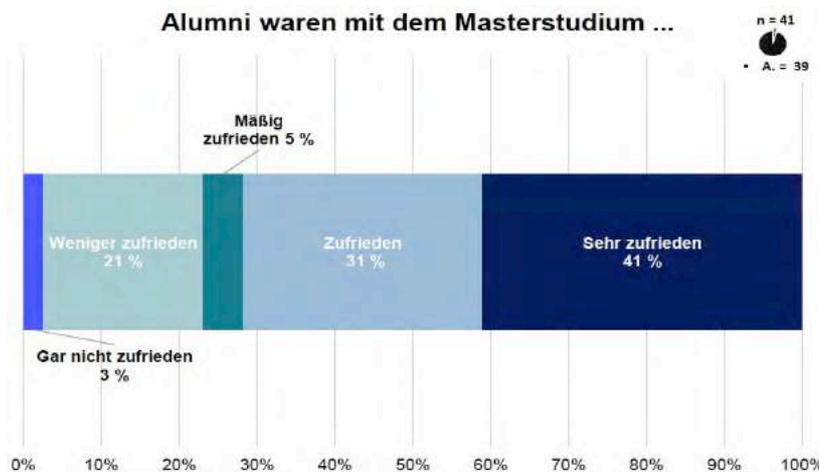


Bild 82: Zufriedenheit der Alumni mit dem Masterstudium an der HAW



Bild 83: Bewertung des IMB-Abschlusses zum Erfolg bei der Berufswahl

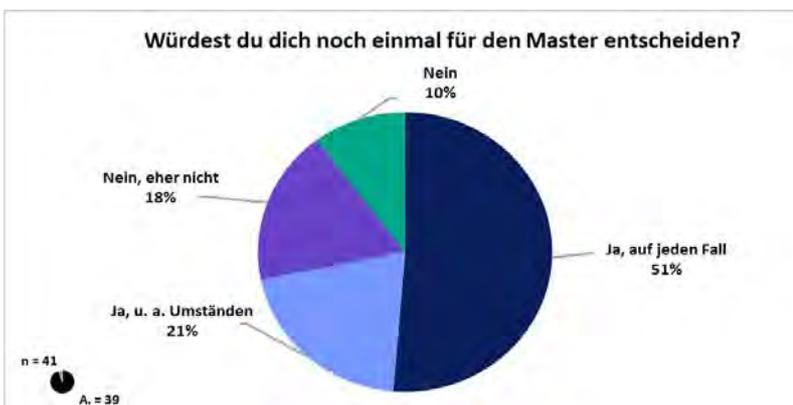


Bild 84: Würden sich die Alumni heute noch einmal für den Master entscheiden?

Anhand der Wortwolke ist deutlich zu erkennen, dass BWL und Programmieren den Master-Absolventen im Studium besonders gefehlt haben, dicht gefolgt von (Online-)Marketing. Hier ist eine Parallele zur Bachelorauswertung zu erkennen. Dies könnte ein Indiz sein, dass generell in Medienstudiengängen (Online-)Marketing immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Den Alumni haben vor allem Inhalte zum Programmieren und aus der BWL im Master gefehlt.

Zufriedenheit mit dem HAW-Masterstudium

Die Befragten gaben mit 41 Prozent überwiegend an, mit dem Masterstudium sehr zufrieden gewesen zu sein (Bild 82). 31 Prozent waren zufrieden und lediglich 29 Prozent waren mäßig, weniger oder gar nicht zufrieden.

Bewertung Masterabschluss

17 fanden ihren Abschluss hilfreich, sieben sogar sehr hilfreich (Bild 83). Nur fünf der Befragten fanden den Master gar nicht oder weniger hilfreich hinsichtlich des Erfolgs bei der Berufswahl (Bild 83).

Mehr als der Hälfte der Befragten hat ihr Masterabschluss geholfen, eine Anstellung zu bekommen.

Entscheidung für den Masterstudiengang IMB

51 Prozent würden ihn auf jeden Fall nochmal studieren, 21 Prozent unter anderen Umständen. 28 Prozent würden sich eher nicht oder auf jeden Fall nicht nochmal dafür entscheiden (Bild 84).

Master-Auswertung der Fragen zum Beruf

Im Folgenden werden die Auswertungen der Fragebögen für die Master-Alumni vorgenommen. Im speziellen befasst sich diese Auswertung mit dem ersten und derzeitigen Job, sowie die allgemeine Situation im Beruf und worauf die Alumni bei ihrer Arbeitssituation Wert legen. Für die Auswertung wurden die Daten des ersten Jobs beim derzeitigen Job noch einmal ausgewertet, wenn der Alumni dort immer noch tätig ist. Das ist unter anderem ein Grund, weshalb die Unterschiede zwischen dem ersten und dem derzeitigen Job nicht so gravierend sind.

Zeit nach dem Master-Studium

Bei dieser Frage wurden die Alumni gebeten, anzugeben, was sie in der Zeit direkt nach Beendigung des Studiums gemacht haben. Die Ergebnisse zeigen eindeutig, dass die Mehrheit von 92 Prozent der Alumni (36 von 41) direkt in den Beruf eingestiegen ist (Bild 85). Weiter gab es jeweils eine Person, die nach dem Studium ein Praktikum absolviert, eine Auszeit genommen hat oder noch Bewerbungen schreibt. In den Bereich Sonstiges fällt der Beginn einer Übergangstätigkeit im Einzelhandel einer Person.

Fast alle Master-Alumni sind direkt nach dem Master in den ersten Beruf eingestiegen.

Der Berufseinstieg nach dem Master

Als nächstes soll die Frage geklärt werden, was genau es bedeutet, direkt in den Beruf eingestiegen zu sein. Elf Alumni haben bereits vor Erhalten des Abschlusszeugnisses ihren ersten Beruf begonnen (Bild 86). Die meisten Alumni (19 von 40 Antworten) haben direkt nach dem Abschlusszeugnis beziehungsweise einen Monat danach begonnen, zu arbeiten. Zwei der Absolventen haben erst nach circa zwei Jahren einen Job angenommen. Im Durchschnitt haben die Alumni nach 1,4 Monaten mit ihrem ersten Job angefangen.

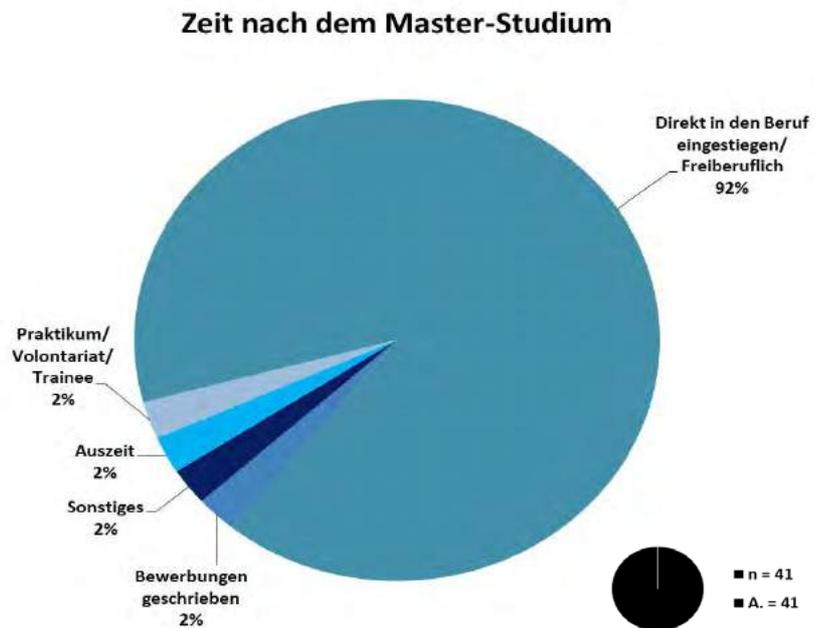


Bild 85: Angaben der Alumni, wie die Zeit nach dem Master verbracht wurde



Bild 86: Dauer zwischen dem Masterabschluss und dem Berufseinstieg

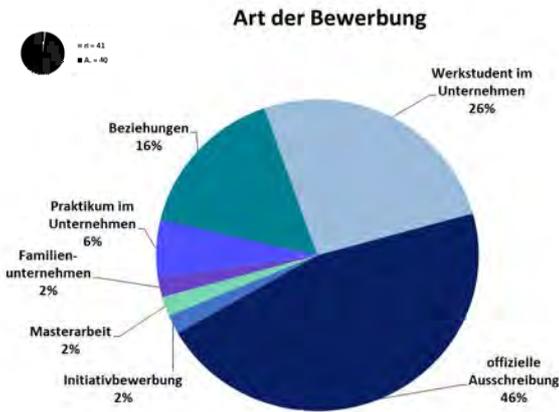


Bild 87: Der Weg, über den die Master-Alumni zu ihrem ersten Job gekommen sind

In der nachstehenden Auswertung wird analysiert, wie die Alumni zu ihrem Unternehmen gekommen sind (Bild 87). Dabei haben 46 Prozent angegeben, ihren Job über eine offizielle Ausschreibung bekommen zu haben. Insgesamt 32 Prozent der Alumni sind bei dem Unternehmen angestellt, nachdem sie für dieses schon einmal gearbeitet haben. Genauer sind 13 Personen nach einem Werkstudenten-Job eingestellt worden und drei Alumni nach einem Praktikum.

Ein Fünftel (8 Alumni) sind durch Beziehungen an ihren Job gelangt. Jeweils eine Person ist bei seinem Unternehmen angestellt, weil sich initiativ beworben oder die Masterarbeit dort geschrieben wurde beziehungsweise weil es ein Betrieb der eigenen Familie ist. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass es viele Wege gibt, an den ersten Job nach dem Studium zu kommen.

Veränderungen zum derzeitiger Job

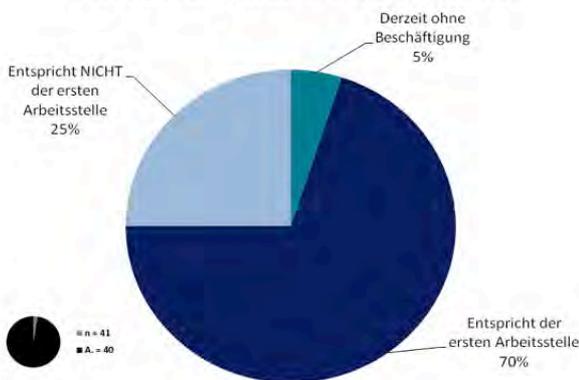


Bild 88: Die aktuelle Jobsituation der Master-Alumni

Erster Job versus derzeitiger Job der Master-Alumni

Grundsätzlich sind eher kleinere Veränderungen zwischen den ersten und den derzeitigen Berufen zu verzeichnen. 28 der 40 Alumni arbeiten immer noch in demselben Unternehmen, in dem sie zu arbeiten angefangen haben (Bild 88). Nach dem ersten Job haben derzeit zwei Befragte keine Beschäftigung und nur zehn haben die Arbeitsstelle gewechselt. Dazu ist zu sagen, dass mehr als die Hälfte (28 Alumni) erst in den letzten drei Jahren ihren Abschluss gemacht haben.



Bild 89: Logos der am häufigsten genannten Unternehmen, in denen die Master-Alumni arbeiten

70 Prozent der Alumni sind immer noch in dem Unternehmen tätig, in dem sie nach dem Studium angefangen haben.



Bild 90: Unternehmen, in denen die Alumni im ersten und derzeitigen Job arbeiten

Eine der wichtigsten Fragen an die Alumni sollte klären, in welchem Unternehmen sie arbeiten. Jeweils drei der Absolventen arbeiten sowohl im ersten, als auch im derzeitigen Job bei der NDR Media GmbH, je zwei arbeiten bei der HAW Hamburg und zwei der Alumni arbeiten jeweils in den Bücherhallen Hamburg (Bild 89). Die Wortwolke zeigt alle Unternehmen, in denen die 40 Alumni im ersten und im derzeitigen Job arbeiten (Bild 90). Unternehmen mit Mehrfachnennungen sind größer dargestellt.

Eine der zentralen Fragen in der Studie war die Branche der Master-Alumni. Sieben der Unternehmen, in denen die Alumni sowohl im ersten als auch im derzeitigen Job arbeiten, können in die Bereiche PR, Marketing, Werbeagentur eingeordnet werden (Bild 91). Aber auch in wissenschaftlichen

Einrichtungen beziehungsweise in der IT/ New Media arbeiten viele Absolventen (jeweils fünf). In wissenschaftlichen Einrichtungen sind im derzeitigen Job einer mehr als beim Einstiegsjob (somit insgesamt sechs) tätig. Eine weitere Veränderung vom ersten zum derzeitigen Job ist in der Branche Presse, Verlagswesen, Buchmarkt zu verzeichnen. Hier arbeitet derzeit einer weniger als beim Einstiegsjob. Ansonsten ist die Verteilung in den Branchen vom ersten zum derzeitigen Job gleichgeblieben. Jeweils vier Alumni arbeiten in der Rundfunk-, TV- und Film-Branche. Drei Befragte gaben an, in der Sparte E-Commerce, Online-Handel zu arbeiten. Je zwei Alumni arbeiten im Gebiet Bibliothekswesen und Verwaltung.

Sowohl beim ersten als auch beim derzeitigen Job wurden die Branchen Finanzdienstleistung/ Versicherung, Transport/Logistik/ Touristik, Hotellerie, Kulturelle Einrichtung, öffentlicher Dienst/Hafen, Weiterbildung, Technische Dienstleistungen, Unternehmensberatung und Musik-, Kunstindustrie jeweils nur einmal genannt. Aus diesem Grund sind sie im Diagramm nicht mit aufgeführt.

Die meisten Master-Alumni arbeiten in einer Dokumentations- oder Bibliotheksabteilung.

Insgesamt sind die Unternehmen, in denen die Absolventen arbeiten auf viele Branchen verteilt. Es gibt keine klassische oder absolut mehrheitliche Branche, in der die Master tätig sind.

Genauer sollte in der Umfrage herausgefunden werden, in welchen Abteilungen die Alumni arbeiten. Dazu wurden die Alumni gebeten, diese Angabe in ein freies Textfeld einzutragen. Für die Auswertung wurden die Abteilungen in Gruppen eingeteilt. Die Abteilung, die am meisten genannt wurde, sowohl beim ersten als auch beim zweiten Job, sind Dokumentation/Bibliothek (Bild 92). An zweiter Stelle mit sieben beziehungsweise sechs Nennungen wurde Marketing/PR genannt. Mit drei beziehungsweise vier Nennungen folgen dann die Abteilungen IT, Sales/Vertrieb, Qualitätsmanagement/ Strategie und Social Media/ Neue Medien. Zwei im Einstiegsjob und einer im derzeitigen Job, arbeiten in der Abteilung Redaktion/ Online-Redaktion.

Branche des Unternehmens

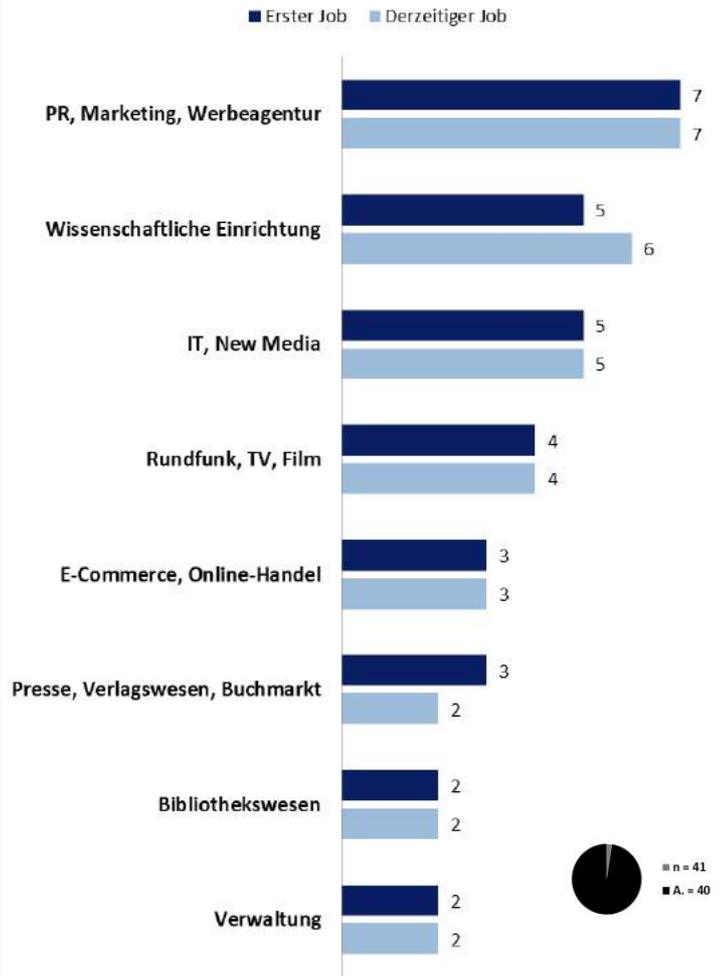


Bild 91: Branchen, in denen die Master-Alumni tätig sind

Abteilungen

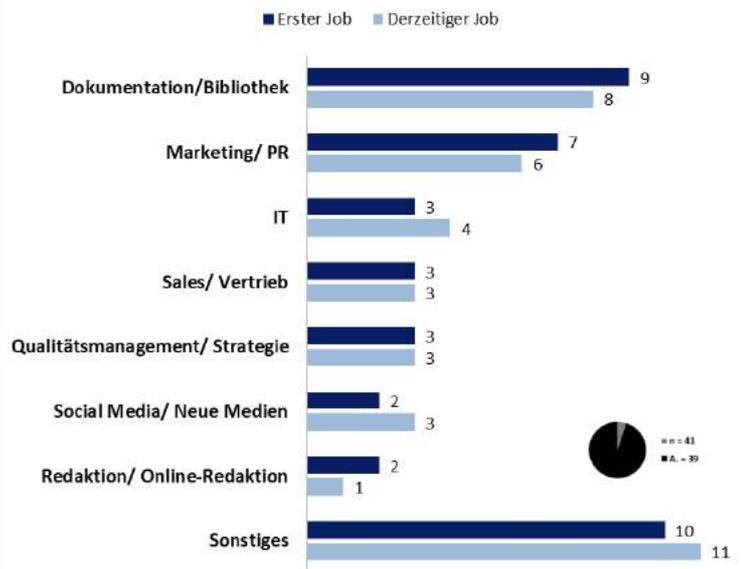


Bild 92: Abteilungen, in denen die Master-Alumni arbeiten



Bild 93: Positionsbezeichnungen der Master-Alumni

Zur Kategorie Sonstiges, die zehn beziehungsweise elf Nennungen hat, gehören Implementierung, E-Gouvernement, Cross-media, HOOU-Projekt, Hotelmanagement, Produktmanagement (Digital), International Office, Information & Medien, Produktion und Einrichtung.

Auch bei der Frage zur Abteilung gaben Alumni an, in der Dokumentation beziehungsweise in der Bibliothek zu arbeiten, aber auch dieses Ergebnis ist nicht eindeutig.

Bei der Position wurden die Master-Alumni ebenfalls gebeten, die Bezeichnung frei einzutragen. Das hat den Zweck, neue Positionsbezeichnungen kennen zu lernen. In der Wortwolke sind wieder die Mehrfachnennungen (insgesamt 40 Angaben) größer dargestellt (Bild 93). Die häufigsten Berufsbezeichnungen sind Bibliotheksleitung, Contentmanager und Projektmanager.

Projektmanager, Bibliotheksleitung und Contentmanager sind die häufigsten Positionsbezeichnungen.

Nicht so geläufige Positionsbezeichnungen sind E-Commerce/ Online Category Manager, Business Service Owner oder Junior Strategy and Consultant. Außerdem interessant ist, dass bei den frei eingetragenen Positionsbezeichnungen die Bezeichnung Junior insgesamt zwölf Mal genannt wird.

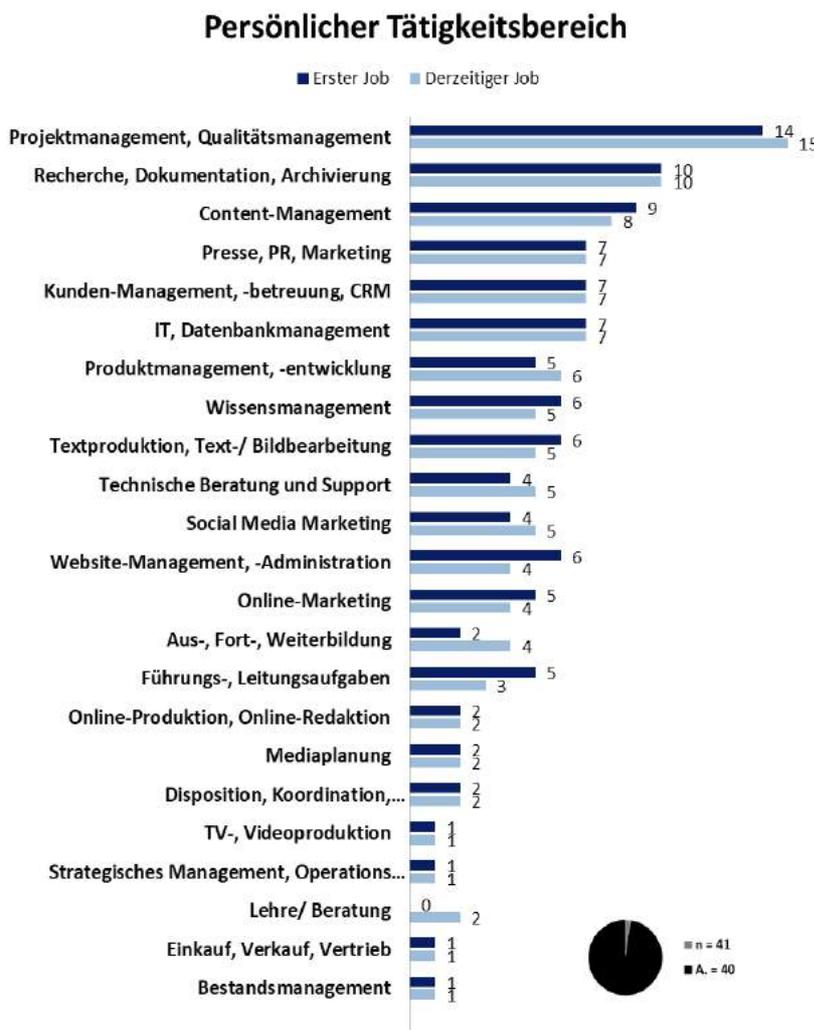


Bild 94: Angaben zu den genannten Tätigkeitsbereichen der Master-Alumni

Bei der Frage zum persönlichen Tätigkeitsbereich wurden die Alumni gebeten, die drei passendsten aus einer Auswahl auszusuchen. Zur Auswahl standen 24 Tätigkeitsbereiche. Zudem gab es die Option freie Tätigkeitsfelder einzutragen.

Hier ist wieder zu verzeichnen, dass es keine großen Unterschiede vom ersten zum derzeitigen Job gibt. 14 beziehungsweise 15 Alumni haben angegeben, dass Projektmanagement und Qualitätsmanagement wichtige Tätigkeiten sind. An zweiter Stelle haben zehn Befragte Recherche, Dokumentation und Archivierung genannt. Jeweils sieben Nennungen nannten Presse und Marketing, die Kundenbetreuung sowie IT. Zwischen vier und sechs Nennungen haben die Bereiche Produktmanagement, Wissensmanagement, Textproduktion, Technische Beratung, Social-Media-Marketing, Website-Management, Online-Marketing, Aus-, Fort- und Weiterbildung sowie Leitungsaufgaben. Zweimal wurde die Online-Produktion, Mediaplanning und Disposition, Koordination, Organisationsassistenten angeführt. Nur eine beziehungsweise keine Nennung hat die Videoproduktion, Strategisches Management, Bestandsmanagement, Einkauf, Verkauf, Vertrieb, Lehre und Rechtklärung, Syndication bekommen. Aus diesem Grund sind diese Tätigkeitsbereiche nicht im Diagramm mit aufgeführt.

Unternehmensgröße und Ort

Um einen besseren Eindruck von den Unternehmen der Absolventen zu bekommen, wurden sie gebeten, deren Größe anzugeben. Die Hälfte, also 20 der Alumni arbeiten in einem großen Unternehmen mit mehr als 250 Mitarbeitern (Bild 95). Acht der Alumni arbeiten hingegen in einem kleinen

Unternehmensgröße erster Job

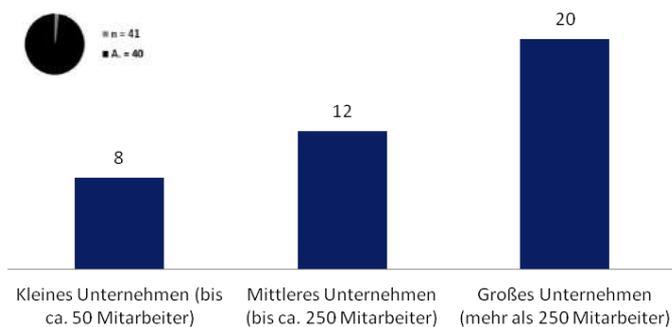


Bild 95: Unternehmensgröße im Einstiegsjob der Master-Alumni

Unternehmen mit bis zu 50 Mitarbeitern. In mittleren Unternehmen mit bis circa 250 Mitarbeitern arbeiten zwölf der 40 Masterabsolventen. Diese Frage wurde nur zum ersten Job gestellt, weshalb es keine Daten über die Unternehmen des derzeitigen Jobs gibt.

33 von 39 Master-Alumni arbeiten am Studienort Hamburg.

Die Alumni wurden gebeten den Standort des Unternehmens anzugeben. Ergänzend wurden hierzu noch die PLZ herausgesucht. 33 von 40 angegebenen Unternehmen des ersten Jobs sind in Hamburg gelegen, weitere kommen aus Magdeburg, München, Stuttgart, Tarp, Stecklenberg und Unterföhring. Innerhalb Hamburgs ist eine Gleichverteilung zu erkennen. Die Karte zeigt einige der Standorte von Unternehmen des ersten und derzeitigen Jobs innerhalb Hamburgs (Bild 96). Beim zweiten Job sind nur noch 32 in Hamburg beschäftigt. Der Rest arbei-

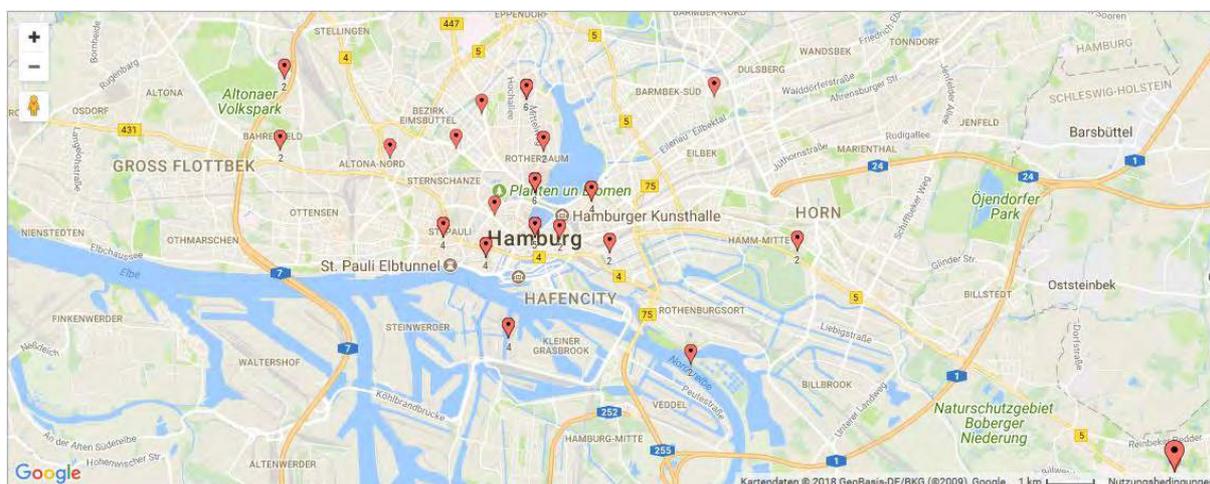


Bild 96: Verteilung der Unternehmen in Hamburg, in denen Master-Alumni arbeiten



Bild 97: Standortverteilung des ersten und derzeitigen Unternehmens weltweit, in denen die Master-Alumni tätig sind

tet in einem Unternehmen mit dem Sitz in Magdeburg, München, Münster, Stuttgart, Tarp, Thale und Unterföhring. Ein Alumnus ist beim zweiten Unternehmen nach Bulgarien gegangen, um dort in Varna zu arbeiten (Bild 97).

Gehalt und persönliche Vorlieben am Arbeitsplatz

Für den zukünftigen Absolventen ist das Gehalt eine wichtige Frage. Die Master-Alumni wurden gebeten, ihr Bruttogehalt pro Monat anzugeben. Da es dabei auch eine Rolle spielt, ob die Alumni halbtags oder ganztags arbeiten, wurden sie gebeten, Angaben zu ihrem Arbeitsverhältnis zu machen.

Gehalt nach Arbeitsverhältnis erster Job

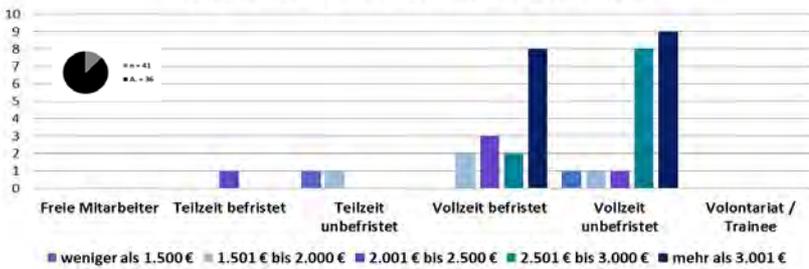


Bild 98: Angaben zum Gehalt und Arbeitsverhältnis im ersten Job der Master-Alumni

Gehalt nach Arbeitsverhältnis derzeitige Job

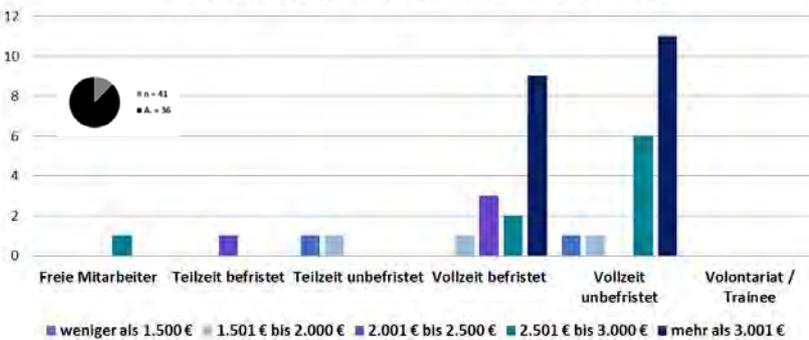


Bild 99: Angaben zum Gehalt und Arbeitsverhältnis im derzeitigen Job der Master-Alumni

Bei den Antworten zum Gehalt beim ersten Job liegen 36 Antworten vor. Von den insgesamt 20 Befragten, die in Vollzeit unbefristet angestellt sind, verdienen neun Alumni mehr als 3000 Euro und acht 2501 Euro bis 3000 Euro (Bild 98). Bei den 15 Vollzeit-Befristeten bekommen acht Alumni mehr als 3000 Euro. Zwischen 2001 Euro und 2500 Euro bekommen drei der Alumni in befristeter Vollzeit. Der Einzige, der in Teilzeit befristet angestellt ist, verdient 2001 Euro bis 2500 Euro. Insgesamt gibt es also 15 Leute, die mehr als 3001 Euro verdienen, was für ein Einstiegsgehalt verhältnismäßig gut ist.

Beim derzeitigen Job sieht die Verteilung ähnlich aus (Bild 99). Das Arbeitsverhältnis Volontäre beziehungsweise Trainee hat keiner der Befragten angegeben. Beim

derzeitigen Job gibt es einen freien Mitarbeiter, der zwischen 2501 Euro und 2500 Euro verdient. Mittlerweile verdienen von den 19 vollzeitig unbefristeten Angestellten elf Personen mehr als 3001 Euro und sechs verdienen zwischen 2501 Euro und 3000 Euro. Unter den Master-Alumni ist niemanden, der sich selbstständig gemacht hat.

Zusammengefasst verdienen die Alumni beim derzeitigen Job etwas mehr als beim ersten Job. Diese Aussage ist mit Vorsicht zu genießen, da nicht viele den Job gewechselt haben und dazu auch nicht alle ihr Gehalt angegeben haben.

Tendenziell verdienen die Master-Absolventen beim derzeitigen Job mehr als beim ersten.

Bei einer Arbeitsstelle ist Gehalt nicht immer das Wichtigste. Es kommt auch darauf an, wie zufrieden die Alumni mit ihrem derzeitigen Job sind. Diese Frage wurde den Masterabgängern mittels eines Reglers von rundum zufrieden bis unzufrieden gestellt. 24 der Alumni und damit mehrheitlich mit 65 Prozent sind rundum zufrieden mit ihrer derzeitigen Arbeitssituation (Bild 100). Immer noch zufrieden sind 9 von insgesamt 37. Eher unzufrieden sind drei Alumni. Nur einer ist unzufrieden mit der Arbeitssituation. Insgesamt sind die Master-Absolventen sehr zufrieden mit ihrer Arbeitssituation.

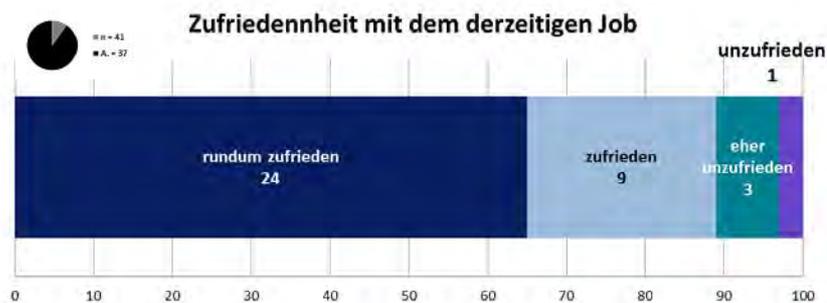


Bild 100: Zufriedenheit der Master-Alumni mit ihrem derzeitigen Job



Bild 101: Merkmale, die für die Master-Alumni am Arbeitsplatz von Bedeutung sind

Um das persönliche Empfinden der Master-Alumni noch näher kennenzulernen, wurden sie gebeten, wichtige Merkmale in der Arbeitssituation in eine Reihenfolge zu bringen (Bild 101). Dabei stellte sich heraus, dass ein angenehmes Arbeitsklima bei den meisten an erster Stelle steht, auf Platz zwei liegt die Eigenverantwortlichkeit und auf Platz drei die anspruchsvollen Aufgaben. Danach erst kommen ein gutes Gehalt und Sicherheit des Jobs. Weiterbildungs- und Aufstiegschancen sind auf Platz sechs angesiedelt, gefolgt von der Selbstverwirklichung.

Ein angenehmes Arbeitsklima ist den Master-Alumni am wichtigsten.

Auf dem letzten Platz und damit den Alumni nicht so wichtig sind Sonderleistungen und Extras wie etwa Urlaubsgeld oder Firmenwagen.

UNTERSCHIEDE ZWISCHEN BACHELOR UND MASTER-ALUMNI.

Studium und Studieninhalte

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Umfrage von Bachelor- und Master-Alumni verglichen. Grundlage dafür ist die Auswertung zum Themenbereich Studium und Studieninhalten.

- 32 Prozent der Bachelorabsolventen können die Studieninhalte in ihrem Beruf gut nutzen. Damit deckt sich das exakt mit der Prozentzahl der Masterabsolventen. Die Inhalte von Bachelor und Master lassen sich von den Alumni also gleich gut in ihrem Berufsleben anwenden. 
- Während die Verwendbarkeit der erlangten Skills sich bei den Master-Alumni eher weniger stark unterschied, war bei den Bachelor-Alumni ein klarer Favorit zu erkennen. Diese können vor allem Skills aus dem Kurs »Kommunikation und Präsentation« verwenden, während die Master dies mit kleinem Abstand vor allem aus dem Bereich »Informationsarchitektur und -technologie« tun. 
- Sowohl den Bachelor- als auch den Masterstudenten haben zu einer großen Anzahl Inhalte aus dem Bereich (Online-) Marketing gefehlt. Die Bachelorabsolventen hätten sich diese am meisten gewünscht, während es bei den Mastern am häufigsten BWL-Kurse waren. 
- Während bei den Bachelor-Alumni nur 26 Prozent mit ihrem Studium sehr zufrieden waren, waren es bei den Mastern ganze 41 Prozent. 
- 83 Prozent der Bachelor-Absolventen würden sich auf jeden Fall oder unter anderen Umständen nochmal für den Studiengang entschieden, bei den Mastern sind es 72 Prozent. Insgesamt würden sich also mehr Bachelor-Absolventen nochmal für den Studiengang an der HAW entscheiden. 

Beruf

In diesem Bereich werden die Ergebnisse der Umfrage von Bachelor- und Master-Alumni verglichen. Grundlage dafür ist die Auswertung zum Themenbereich Beruf.

- Die meisten Alumni steigen nach dem Studium direkt in den Beruf ein. Bei den Master-Alumni sind das prozentual noch mehr. 
- Im Durchschnitt benötigen die Bachelor-Alumni drei Monate länger für die Jobsuche als die Master-Alumni. 
- In der Methode, wie die Alumni an ihren Einstiegsjob gekommen sind, gibt es kaum einen Unterschied. Die meisten haben diesen über eine offizielle Ausschreibung gefunden. 
- Über 70 Prozent der Bachelor, als auch der Master-Alumni sind immer noch bei der ersten Arbeitsstelle tätig. 
- Mehrere Bachelor-Alumni arbeiten bei Faktor 3 AG und Gruner + Jahr. Bei den Master-Alumni arbeiten mehrere bei NDR Media GmbH, der HAW Hamburg und den Bücherhallen Hamburg. 
- Sowohl beim ersten als auch beim derzeitigen Job arbeiten die meisten Bachelor- und Master-Absolventen in einem Unternehmen, das zur Branche PR, Marketing und Werbeagentur gehört. 
- Die Bachelor-Alumni arbeiten mehrheitlich auch in der Marketing- /PR- Abteilung. Der Großteil der Master-Alumni arbeitet in der Dokumentations-/ Bibliotheksabteilung. 
- Ebenfalls einen Unterschied gibt es bei der Positionsbezeichnung der Alumni. Bei den Bachelorn wurden Marketing und Kommunikation und SEO häufig genannt. Projektmanager, Bibliotheksleitung und Contentmanager waren die häufigsten Positionsbezeichnungen bei den Mastern. 

Die meisten Alumni steigen nach dem Studium direkt in den Beruf ein; bei den Master- Absolventen prozentual sogar noch mehr.

- Der Tätigkeitsbereich der Alumni ist in beiden Fällen am häufigsten Projektmanagement und Qualitätsmanagement. Bei den Mastern werden Recherche, Dokumentation, Archivierung an zweiter Stelle genannt. Content-Management steht bei den Bachelorn an zweiter Stelle.



- Viele Alumni fangen ihren ersten Job in einem großen Unternehmen an. Bei den Bachelorn teilt sich dies jedoch auf und viele arbeiten auch in einem kleinen Unternehmen.



- Die meisten Bachelor- und Master-Alumni arbeiten in Hamburg.



- Die meisten Bachelor- und Master-Absolventen sind in unbefristeter Vollzeit eingestellt.



- Die Mehrheit der Bachelor verdient zwischen 2501 Euro und 3000 Euro, während die Mehrheit der Master mehr als 3000 Euro verdient.



- 90 Prozent der Bachelor, aber nur 65 Prozent der Master sind rundum zufrieden mit ihrem derzeitigen Job.



- Ein angenehmes Arbeitsklima ist ein wichtiges Merkmal am Arbeitsplatz für die Bachelor- und Master-Alumni.



- Super Arbeitskollegen sind den meisten Alumni wichtig in ihrer Arbeitssituation.



Zusammenfassend kann aus der Studie entnommen werden, dass sich die Antworten der Bachelor- und Master-Alumni kaum unterscheiden. Allerdings fallen größere Unterschiede bei der Dauer der Arbeitssuche, die Abteilungen und dem Gehalt auf. Demnach sind die Möglichkeiten mit einem Bachelor-Abschluss ähnlich breit gefächert, wie mit einem Master-Abschluss. Die Frage, ob man mit einem Master bessere Aufstiegschancen im Beruf hat, konnte mit der Auswertung der Umfrage größtenteils widerlegt werden.

Die Mehrheit der Bachelor-Alumni verdient zwischen 2500 Euro und 3000 Euro, während die Mehrheit der Masterabsolventen mehr als 3000 Euro verdient.

Wer macht's besser?

Vergleich der BelAMI-Studien 2007, 2013 und 2018.

Bereits in den Jahren 2007 und 2013 wurden BelAMI-Studien zum Verbleib der MuI-Absolventen aus den jeweils fünf vorausgegangenen Jahren durchgeführt. In diesem Kapitel werden die Vorläuferstudien mit der aktuellen Studie »BelAMI Final Cut – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information« verglichen.

Kein Stillstand im Berufsfeld Medien & Information.

VERGLEICHASPEKTE.

Nach einer ausgiebigen Analyse der Studien 2007 & 2013 haben sich fünf Hauptaspekte für den Vergleich herauskristallisiert. Diese lassen sich in folgende Kategorien unterteilen:

- Branchen
In welcher Branche arbeiten typische MuI-Alumni?
- Tätigkeitsbereiche
Welche Aufgaben übernehmen MuI-Alumni?
- Studieninhalte
Fehlende (=gewünschte) Studieninhalte –
Rückblickend: Welche Inhalte wären im Studium sinnvoll gewesen?
Brauchbare (=vorhandene) Studieninhalte – Diese Studieninhalte können Alumni tatsächlich in ihrem Job anwenden
- Berufsfindung
Wie lange sind Alumni auf Jobsuche? Welche Strategien wenden sie dabei möglicherweise an?
- Gehalt
Hat sich das Gehalt der Alumni im Laufe der Jahre verändert?

Im Folgenden werden die Vergleichsaspekte der einzelnen Studien grafisch dargestellt und erläutert, was im jeweiligen Jahr besonders auffällig war.

Mul – Absolvent 2007

20 Prozent
 fanden ihre erste
 Arbeitsstelle im
 Presse- und
 Verlagswesen



N=147

Erster Job

Presse- und Verlagswesen	20%
IT, E-Commerce, New Media	20%
Consulting, PR, Werbung	16%
Rundfunk, Film	13,6%
Nachrichten-/Bildagentur	7,2%

77 Prozent
 beobachten eine
 Veränderung der
 Anforderung an die
 Arbeitnehmer durch
 neue Technologien



N=147

Studieninhalte

38,9 Prozent
 beurteilten die
 Verwendbarkeit
 der Studieninhalte
 als gut



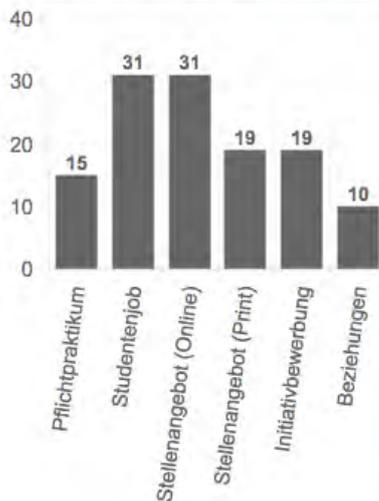
N=147

31 Alumni
 fanden über ihren
 Studentenjob die
 erste Arbeitsstelle



N=154

Strategien der Berufsfindung



Informationsorganisation
53 Alumni
 arbeiten in dieser
 Abteilung

N=147

Arbeitsbereiche

Informationsorganisation	53
Redaktion & Journalismus	19
Marketing und Vertrieb	15
Management & Planung	11
Entwicklung & Gestaltung	10

Gehalt

30 Prozent
 der Absolventen
 verdienen zwischen
 2001–2500€ brutto
 monatlich



Bild 102: Umfrage-Ergebnisse aus der BelAMI-Studie 2007

Mul – Absolvent 2013

16,9 Prozent
 fanden ihre erste
 Arbeitsstelle in der
 Internetagentur
 Branche



N=124

Erster Job

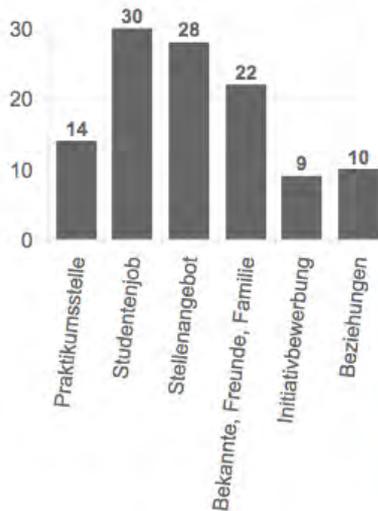
Internetagentur	16,9%
E-Commerce	16,1%
Marketing/ PR-Agentur	10,4%
Verlags-gewerbe	8%
Unternehmensberatung	5,6%

24 Prozent
 fanden über ihren
 Studentenjob die
 erste Arbeitsstelle



N=125

Strategien der Berufsfindung



24,4 Prozent
 wünschen sich mehr
 Studieninhalte im
 Bereich
Marketing



N=164

Studieninhalte

48 Prozent
 beurteilten die
 Verwendbarkeit
 der Studieninhalte
 als gut



N=128

Online-Marketing
40 Alumni
 arbeiten in
 diesem Bereich

N=122

Arbeitsbereiche

Online-Marketing	40
Projektmanagement	31
Content Management	31
Online-Redaktion	28
Recherche/ Dokumentation	10



Gehalt

21,6 Prozent
 der Absolventen
 verdienen zwischen
 2001–2500€ brutto
 monatlich



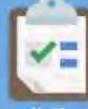
N=125

Bild 103: Umfrage-Ergebnissen aus der BelAMI-Studie 2013

Mul – Absolvent 2018

30,1 Prozent

fanden ihre erste Arbeitsstelle in der PR und Marketing Branche

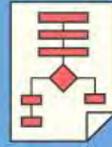


N=63

Erster Job

PR/ Marketing	30,1%
Presse, Verlagswesen	12,6%
Rundfunk, TV, Film	7,9%
wiss. Einrichtung	6,3%
IT, New Media	6,3%

33 Alumni



konnten die Inhalte auf dem Kurs Kommunikation und Präsentation im späteren Berufsleben verwenden

N=91

Studieninhalte

16,9 Prozent

beurteilten das Wahlpflichtmodul SEO im Nachhinein als hilfreich



N=69

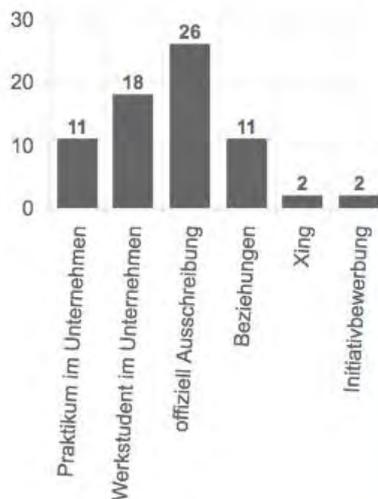
26 Alumni

fanden über eine Ausschreibung die erste Arbeitsstelle



N=76

Strategien der Berufsfindung



Marketing/ PR

17 Alumni arbeiten in diesem Bereich

N=62

Arbeitsbereiche

PR, Marketing	17
Online- /Redaktion	7
Social Media	5
Suchmaschinenoptimierung	4
Sales/ Vertrieb	4

Gehalt



13,1 Prozent

der Absolventen verdienen zwischen 2001-2500€ brutto monatlich

N=101

Bild 104: Umfrage-Ergebnissen aus der Studie 2018

STUDIENINHALTE.

2007: 68 von 147 Alumni gaben an, die Studieninhalte nur »mäßig« in ihrem Berufsleben anwenden zu können. Das entspricht 46 Prozent der Alumni, die diese Antwortmöglichkeit gewählt haben. 38,8 Prozent haben die Verwendbarkeit der Studieninhalte mit »gut« beurteilt.

2013: Insgesamt gab es 128 Nennungen, von denen mit 48 Prozent knapp die Hälfte der Alumni die Studieninhalte im Arbeitsalltag als »gut« bewerteten. Allerdings gaben 39 Prozent an, die Studieninhalte weniger gut in ihrem Berufsleben anwenden zu können.

2018: Von 72 Alumni können 43 Prozent ihre Studieninhalte sehr gut oder gut in ihrem Beruf anwenden. Gegensätzlich dazu gaben 13 Prozent an, ihre Studieninhalte überhaupt nicht und 15 Prozent diese weniger im Beruf anwenden zu können.

Vergleich

Im Laufe der Jahre hat sich die Bewertung der angebotenen Studieninhalte nicht nennenswert verändert. In allen Studien überwiegt die Zufriedenheit mit den Studieninhalten.

Es ist hervorzuheben, dass Alumni trotzdem noch unzufrieden mit dem Kurs-Angebot des Studiengangs Medien und Information waren, allerdings hat diese Unzufriedenheit im Laufe der Jahre merklich abgenommen. In der Studie von 2018 ist auffällig, dass die Anwendbarkeit der Studieninhalte im Beruf deutlich besser bewertet wurde. Während 2007 noch 46 Prozent angaben, ihre Studieninhalte nur mäßig anwenden zu können, lag die Angabe 2018 nur noch bei 28 Prozent.

Vorhandene, brauchbare Studieninhalten Fehlende, gewünschte Studieninhalte

2007: Es wurden keine Angaben zur prozentualen Verteilung der Antworten gemacht. Die Ergebnisse wurden verallgemeinert.

Die Alumni aus dieser Studie hätten sich Kurse zu Programmierung, Webseitenentwicklung und Datenbanktechnik gewünscht. Darüber hinaus hat ihnen Lehrstoff zu Statistik, Fremdsprachen und Projektmanagement gefehlt.

Es wurden keine genauen Angaben zu brauchbaren Studieninhalten gemacht. Es wurde lediglich betont, dass die Dynamik der Medienbranche schwierig in Studieninhalte umzusetzen sei.

2013: Die Alumni gaben am Häufigsten an Studieninhalte aus den Bereichen Recherche, Suchmaschinen, HTML und IT in ihrer beruflichen Tätigkeit anwenden zu können.

24,4 Prozent der Alumni gaben an, dass sie sich mehr Studieninhalte im Bereich Marketing gewünscht hätten. Dieser Wunsch geht einher mit der Auswertung der Branchen, in denen die Alumni tätig sind. Immer mehr Absolventen sind in Marketingberufen tätig, weshalb sie sich vermutlich aus dem Studium umfassendere Kenntnisse in diesem Bereich erhofft hätten.

2018: Mit neun Nennungen für Suchmaschinenoptimierung und acht Nennungen für Design Thinking wurden diese beiden Wahlpflichtmodule von den Alumni als besonders hilfreich bewertet. Mit Abstand die beste Bewertung mit 42 Prozent erhielt das Pflichtmodul Kommunikation und Präsentation. Positiv erwähnt wurden außerdem Pflichtmodule, die sich mit den Themen Informatik und Suchmaschinen beschäftigen.

Die Alumni hätten sich in ihrem Studium Kurse zu (Online-)Marketing gewünscht. Auch Unternehmenskommunikation und Projektmanagement wurden häufiger genannt. Dies wird auch in diesem Jahr wieder durch die Tatsache unterstrichen, dass ein Großteil der Alumni in den Bereichen Marketing und Public Relations arbeitet.

In der Studie von 2018 ist auffällig, dass die Anwendbarkeit der Studieninhalte im Beruf deutlich besser bewertet wurde als in den Vorgängerstudien.

Vergleich

Die Angaben zu den brauchbaren Studieninhalten waren über die Jahre hinweg konstant. Kurse zu Suchmaschinen, Programmierung und ähnlichen technischen Bereichen waren beliebt und konnten gut im Beruf angewandt werden.

Bei einem Vergleich der Studien 2013 und 2018 ist zu erkennen, dass sich verstärkt auf den Online-Aspekt konzentriert wird. Gewünscht ist nicht länger ein einfacher Marketing-Kurs, sondern eine Lehrveranstaltung, die sich explizit mit Online-Marketing beschäftigt. Neu genannt wurde im Jahr 2018 der Wunsch nach den Kursen Unternehmenskommunikation und Projektmanagement.

STRATEGIEN DER BERUFSFINDUNG.

2007: In den Ergebnissen aus 2007 ist erkennbar, dass die meisten Alumni (21,1 Prozent) durch einen Job während des Studiums an ihre erste Arbeitsstelle gekommen sind. Mit ebenfalls 21,1 Prozent, haben genauso viele angegeben, dass sie ihren ersten Job durch eine Online-Stellenausschreibung gefunden haben.

2013: Auch in diesem Jahr kam der Großteil der Alumni über ihren Job, den sie neben dem Studium ausgeübt haben, an ihre erste Arbeitsstelle. 24 Prozent der Befragten wurden nach dem Abschluss von ihrem Arbeitgeber übernommen. Den klassischen Weg, über eine Stellenausschreibung an den ersten Job gekommen zu sein, gaben 22 Prozent an. Auch das Praktikum während des Studiums war nicht unbedeutend, allerdings haben dadurch nur 11 Prozent der Alumni ihre spätere Arbeitsstelle gefunden.

2018: 34 Prozent der Alumni haben ihren ersten Job über eine offizielle Stellenausschreibung gefunden, 24 Prozent waren dort bereits als Werkstudent angestellt und 14 Prozent haben ihr Praktikum in demselben Unternehmen absolviert.

Die Chance für MuI-Alumni, einen Job über Stellenausschreibungen zu finden, ist zunehmend erfolgreich.

Vergleich

Die Weiterführung des Studentenjobs war und bleibt stets beliebt. Die Möglichkeit, einen Job über eine Stellenausschreibung zu suchen und zu finden, ist sogar zunehmend erfolgreicher. Im Jahr 2018 fällt auf, dass die Prozentzahl der Alumni, die einen Job über eine klassische Stellenausschreibung gefunden haben, weiter angestiegen ist.

BRANCHEN DES ERSTEN JOBS.

2007: Die meistgenannte Branche, in denen die Alumni ihren ersten Job fanden, war das Presse- und Verlagswesen. Dort arbeiteten 20 Prozent der Alumni. Direkt dahinter folgte die Branche IT, E-Commerce, New Media mit ebenfalls 20 Prozent. 16 Prozent fanden einen Job in der Branche PR und Werbung, 13,6 Prozent im Rundfunk und Film.

2013: Im Vergleich zur ersten Studie ist 2013 die Internetagentur, die am meistvertretenen Branche. 21 Alumni gaben diese als erste Arbeitsstelle an.

Daraufhin folgen die Branchen E-Commerce mit 17 Nennungen und Marketing/PR mit 14 Nennungen.

2018: Mit 19 Nennungen ist die Branche PR, Marketing, Werbeagentur am häufigsten vertreten. 8 Alumni arbeiten in der Branche Presse, Verlagswesen, Buchmarkt, darauf folgt die Branche Rundfunk, TV, Film.

In der Studie von 2018 ist auffällig, dass die Anwendbarkeit der Studieninhalte im Beruf deutlich besser bewertet wurde als in den Vorgängerstudien.

Vergleich

Der Internetsektor wurde zu einer immer beliebteren Branche für MuI-Absolventen, während die Anzahl der Alumni im Rundfunk und Verlagswesen über die Jahre zurückging. Besonders auffällig ist, dass die Branche PR und Marketing in der ersten Studie aus dem Jahr 2007 eher weniger vertreten war und nun 2018 die Branche darstellt, die am häufigsten von den Alumni gewählt wird.

TÄTIGKEITSBEREICHE.

2007: Mit 53 Nennungen war Informationsorganisation 2007 mit Abstand der am meistvertretenen Arbeitsbereich der Alumni. Gefolgt von Redaktion & Journalismus, die 16 Nennungen hatten und Marketing und Vertrieb mit 15 Nennungen.

2013: Die Alumni konnten bei dieser Frage Mehrfachnennungen tätigen, weshalb die Absolventen relativ homogen in allen Bereichen vertreten sind. 10 Prozent gaben an im Bereich Online-Marketing tätig zu sein, ebenso sind die Alumni mit 9 Prozent im Bereich Projektmanagement und Content-Management gut vertreten.

2018: Die Alumni gaben am häufigsten Projektmanagement, Qualitätsmanagement, Content-Management und Social-Media-Marketing als ihren persönlichen Tätigkeitsbereich an. Sie arbeiten mit Abstand am häufigsten in den Abteilungen Marketing und PR, darauf folgen Redaktion beziehungsweise Online-Redaktion und Social Media / Neue Medien. Darüber hinaus sind die Tätigkeitsbereiche und Abteilungen der Alumni breit gefächert und lassen sich nicht einfach zusammenfassen.

Vergleich

Im Vergleich zur ersten Studie, ist der Bereich Informationsorganisation so gut wie gar nicht mehr vertreten. Bereiche wie Online- (Social-Media-) Marketing und Projekt-, Qualitäts- und Content-Management kamen neu hinzu und sind stets stark vertreten. Der Bereich Redaktion und Journalismus bleibt unverändert und ist in allen Jahren gleichermaßen vertreten. Die Aussagen der Alumni über ihre Tätigkeitsbereiche unterstreichen die dynamische Entwicklung der Branchen, in denen sie arbeiten.

Die Nennung zahlreicher, sehr unterschiedlicher Branchen zeugt von den vielfältigen Berufsaussichten für die Alumni.

GEHALT.

2007: 38 Prozent verdienen unter 2000 Euro brutto im Monat und 17 Prozent mehr als 2500 Euro brutto. Die restlichen Alumni machten keine Angaben.

2013: 39,2 Prozent lagen unter dem Durchschnitt von 2000 Euro bis 2500 Euro brutto im Monat und 24,8 Prozent darüber. Die restlichen Alumni machten keine Angaben.

2018: Das Gehalt der Alumni verteilt sich relativ gleichmäßig. 25 Prozent der Alumni verdienen weniger als 1500 Euro brutto im Monat. Allerdings verdienen 55 Prozent über 2001 Euro, wovon sogar 14 Prozent mehr als 3001 Euro monatlich verdienen.

Vergleich

Das Gehalt hat sich zwischen den Studien geringfügig verändert. In den beiden ersten Studien hat die Mehrheit der Alumni zwischen 2001 Euro bis 2500 Euro brutto verdient. Während es 2007 29,9 Prozent der Absolventen waren, sind es 2013 nur noch 21,6 Prozent, die in diesem Bereich lagen. Dafür verdienen 2013 verglichen zu 2007 etwa sechs Prozent mehr über 2500 Euro brutto. Im Jahr 2018 liegt die Mehrheit nicht länger in diesem mittleren Bereich. Wie bei den vorherigen Studien gibt es einige Alumni, die im unteren Bereich verdienen. Allerdings gibt es gegensätzlich dazu auch einen großen Teil Alumni, der weitaus besser, als in den Studien zuvor erhoben, verdient.

LESSONS LEARNED.

Ein erfreuliches Ergebnis: Die Zufriedenheit der Alumni mit den angebotenen Studieninhalten überwiegt stets. Es ist hervorzuheben, dass die Unzufriedenheit mit den Studieninhalten stark abgenommen hat. Das könnte daran liegen, dass sich die Uni mehr und mehr auf den Arbeitsmarkt, also auf die Anforderungen der zukünftigen Jobs der Studierenden und deren Wünsche eingestellt hat. Beispielsweise hatten sich die Alumni der Studie 2007 noch vermehrt technische Kurse, wie Informatik gewünscht. Dies war in den Folgestudien nicht der Fall. Dort wurde angegeben, dass sie diese Informatikinhalte aus dem Studium gut im Beruf anwenden können.

Die Tatsache, dass der Internetsektor immer stärker als Branche bei den Mul-Alumni vertreten ist, unterstreicht den allgegenwärtigen und weiterhin anhaltenden Online-Trend. Dies wird wiederum dadurch bestätigt, dass die Anzahl der im Rundfunk und Verlagswesen tätigen Alumni rückläufig ist. Es entstehen neue Tätigkeitsbereiche mit Berufsbezeichnungen, wie »Social Media Marketing Manager« oder Ähnliche, die andere Bereiche ablösen, oder aber auch ergänzen. Die Anzahl der Nennungen der Branchen, in denen Alumni tätig sind, spricht für breitgefächerte und abwechslungsreiche Berufsaussichten für Mul-Absolventen. Somit ist das Berufsfeld, in dem Absolventen schlussendlich tätig sind nur grob zu umfassen und kann nicht klar definiert werden. Was spontan etwas schwammig, ungewiss und abschreckend wirkt, kann sehr vorteilhaft sein und empfindet ein Großteil der Absolventen auch so. Über die Jahre hinweg haben Alumni stets betont, dass sie die Vielfalt des Studiengangs schätzen und so in den verschiedensten Bereichen der Medien-Branche einsetzbar sind.

Von vielen Mul-Studierenden wird ein niedriges Gehalt befürchtet. Der Trend zeigt allerdings, dass die Alumni verglichen mit den Ergebnissen von vor zehn Jahren tendenziell mehr verdienen. Das Gehalt in der Medienbranche lässt sich bestimmt nicht verallgemeinern. Doch dank der Vielzahl an Möglichkeiten bleibt es dem jeweiligen Alumnus selbst überlassen das Beste aus seinem erfolgreich abgeschlossenem Studium zu machen.

Die drei BelAMI-Studien geben einen guten Überblick, wie sich die Qualität, damit das Ansehen des Studiums und die Berufschancen für Mul-Alumni entwickelt haben. Der vorliegende Vergleich der drei Studien zeigt, dass sich der Bachelorstudiengang Medien und Information und dessen Absolventen auf dem Arbeitsmarkt nicht verstecken müssen.

Spezialdossiers. Künftige Berufsperspektiven der MuIs.

In Zukunft digital – Was die MuI-Alumni über künftige Medienarbeitsfelder denken und welche Rolle Digitalisierung dabei spielt.

Digitalisierung als *das* Medienphänomen schlechthin. Bei der bisherigen Auswertung der Abschlussfragen, wird die Digitalisierung am meisten hervorgehoben. Insbesondere im Bereich Redaktion: Viele Alumni sind der Meinung, dass die Tätigkeiten von Redakteuren sich in Zukunft auf Online-Journalismus beschränken oder zumindest den größten Teil einnehmen wird. Vieles wird sich online abspielen, wobei Social Media eine große Rolle einnehmen wird. Dies soll in dem Spezialdossier weiter ausgeführt werden.

Zur weiteren Recherche werden dabei Internet-, aber auch Literaturquellen zur Hilfe genommen. Darunter beispielsweise »#Wir – Wie die Digitalisierung unseren Alltag verändert« von Oliver DZIEMBA und Eike WENZEL 2014 oder »Redaktionsschluss – die Zeit nach der Zeitung« von SCHULZ 2016. Besonders »#Wir« bot bereits gute Ansätze über Smartphone und Co. und welche Schlüsse aus der Nutzung mit Big Data in Bezug auf die weitere Entwicklung der Medienbranche gezogen werden können.

Darüber beschäftigt ein Teil des Dossiers mit dem »Goldenen Tipp«, der die Alumni insbesondere Erstsemestern in den Abschlussfragen geben. Daraus wird eine Art Ratgeber formuliert, der die Tipps der Alumni aufgreift, wie etwa, dass man viele Kontakte neben dem Studium knüpfen sollte. Darüber hinaus gaben einige von den Alumni an, dass es sinnvoll ist, eine Werkstudententätigkeit neben dem Studium auszuführen, um bereits erste Berufserfahrung zu sammeln.

Digital Natives, E-Commerce, Influencer Marketing – Die Zukunft der MuIs wird vielfältig und digital.

Die Welt wird immer mobiler, E-Commerce lautet da das neue Stichwort. Als in den 90er Jahren das mobile Telefonieren populär wurde, sollte dies der erste Schritt in eine mobilere und digitalere Zukunft werden. Der zweite Schritt besteht seit Ende der

90er Jahre aus der Nutzung von mobilen Inhalten. Von Experten wird prognostiziert, dass die kommenden zehn Jahre durch die Nutzung der Smartphones als »Einkaufs- und Organisationsmaschinen« des Alltags geprägt sein werden.



Bild 105: Mobiltelefone gestern und heute – Zwischen dem Samsung S55 (links) und dem iPhone 7 (rechts) liegen Welten (Quelle: ECKSTEIN 2003)

Bei Steve Jobs hat es hervorragend funktioniert. Das iPhone hat den digitalen Markt revolutioniert. Nicht nur, dass wahrscheinlich fast jeder sehnsüchtig auf das neueste Modell des iPhones wartet. Auch MP3-Player wurden von iPods abgelöst, manch einer verzichtet sogar auf den klassischen Laptop, weil er ein iPad mit 256GB Speicherplatz besitzt und dieses ihm vollkommen zum Checken der E-Mails und Online-Shopping ausreicht. Viele andere große Marken, wie Samsung oder LG zogen nach, entwickelten Tablets und Smartphones nach neuester Technologie. Und genau diese Technik ist es, die einen Wandel ausgelöst hat, der unaufhaltsam weitergeht. Bessere Kameraqualität, schnellere Prozessoren. Immer mehr, immer schneller, immer besser. Entwickler tüfteln tagtäglich an neuesten Innovationen, um uns den Alltag zu erleichtern. Per App eine Überweisung tätigen oder kurz vor Feierabend noch schnell die Heizung zu Hause hochdrehen, sodass es schön warm bei der Ankunft ist.

Die MuIs: Schnittstellenmanager in vielerlei Hinsicht.

Es gibt die Entwickler, die eine Diskette zu einem USB-Stick werden ließen. Es gibt die Kunden, die den Markt zu einem Milliardengeschäft machten. Also uns Nutzer. Wir, die täglich auf Instagram oder Facebook Katzenvideos liken. Wir, die täglich Snaps an unsere Freunde verschicken. Wir, die unsere Zeitung online lesen. Und dann gibt es noch die Menschen dazwischen. Die Menschen, die genau diesen Content erstellen. Online-Redakteure, die den Spiegel dabei unterstützen, nicht nur das Printmagazin mit interessanten Geschichten zu füllen, sondern auch bei Snapchat oder Facebook online Präsenz zu zeigen. Das sind genau die Berufe, die es vor dem Digitalisierung-Hype noch nicht gab und jetzt umso bedeutsamer werden. Social-Media- und Content-Manager, IT-Spezialisten, Medienrechtler, Marketingstrategen und viele mehr. All jene, die die Brücke zwischen Technik und Content schlagen und die die neuste Technologie für uns Nutzer greifbar und anwendbar machen. Man könnte sagen: es sind Schnittstellenmanager.

Genau das sind MuIs. Das ist der Bereich, in den sie später einmal gehen wollen, um nach dem Bachelor oder Master unseren Unterhalt zu verdienen. Einen erfüllenden Job auszuführen, der uns Spaß bringt. Die Medien, die einem ständigen Wandel unterliegen, dem man sich anpassen muss. Schon jetzt werden sie als Schnittstelle innerhalb der Medienbranche bezeichnet, da sie im Studium mehrere Facetten dieses Bereiches kennenlernen und sich nicht ausschließlich auf Social Media oder Marketing spezialisieren. Sie können von allem etwas. Und genau das ist es, was den Alumni unserer Studie in ihrem heutigen Job so weitergeholfen hat: Sie können zwischen einem ITler und einem Redakteur vermitteln; quasi als Projektmanager. Sie lernen aber in der Praxis nach dem Studium immer weiter dazu. Die MuIs können daher Redakteur werden, Community-Manager oder im Bereich der Suchmaschinenoptimierung arbeiten. So vielfältig die Medien sind, so speziell sind sie auch. Aber wo liegt da die Zukunft? Wie könnten sich die Medien weiterentwickeln und welche (neuen) Berufe könnten entstehen oder verstärkt ausgeübt werden?

@stefaniegiesinger und @carodaur als neues Erfolgskonzept.

Viele der befragten Alumni sind der Meinung, dass die Digitalisierung auch in Zukunft weiterhin eine große Rolle spielen wird. Gerade im Bereich des Social Media wird das Marketing für einige Kunden immer interessanter. Es werden sogar ganze Berufs-

bereiche neu erfunden, wie das Influencer-Marketing. Gerade für Fashion-Shops werden Influencer immer wichtiger. Große Marken schließen Kooperationen mit solchen, die eine besonders große Fanbase haben. Germanys Next Topmodel-Gewinnerin Stefanie Giesinger lässt ihre drei Millionen Instagram-Follower beispielsweise gerne öfter mal an NA-KD-Hauls teilhaben, in denen sie ihre zugeschickten Klamotten der Marke NA-KD präsentiert. Caro Daur verfolgt dieses Konzept ebenso, beispielsweise auf Snapchat. Gibt man dann einen Gutschein-Code auf der Website ein, die der Influencer in seiner Snapchat- oder Insta-Story gepostet hat, bekommt man sogar noch Rabatt auf seine Bestellung. So kann auch die Reichweite und der Erfolg dieser Hauls gemessen werden. Dabei kommen dann wieder die MuIs ins Spiel, die solche Kooperationen in Gang bringen und später Reportings über den (Miss-)Erfolg erstellen könnten.



Bild 106: Laut der befragten Absolventen wird es in ein paar Jahren die klassische Printzeitung nicht mehr geben (Quelle: WELT.DE 2013)

Manche Kunden lassen sogar ganz ihren Instagram- oder Facebook-Account von externen Agenturen bedienen. Darüber laufen dann Gewinnspiele oder klassische Werbung für das neueste Produkt. Um bekannter zu werden, wird viel Geld für Social-Media-Strategen ausgegeben. Viele Alumni sind daher der Meinung, dass die Medien immer spezifischer werden und nicht mehr »einer alles macht«. Da die meisten von ihnen im digitalen Bereich arbeiten, sind sie der Meinung, dass sie ihren Job auch die nächsten Jahre noch ausüben können. Gerade im Marketing und im E-Commerce eröffnen

sich immer neuere Felder. Damit haben sie recht: Location-based Marketing lautet beispielsweise eines der neusten Zauberformeln. Durch GPS und Targeting entdecken gerade jüngere Menschen den Trend für sich, das eigene Umfeld in Bezug auf Konsum und Genuss zu optimieren. Startups, wie *foodguide* spielen bei diesem Prozess eine große Rolle. Mittlerweile wurde dazu sogar eine App entwickelt, die nach dem Tinder-Prinzip funktioniert: Man erstellt sich ein eigenes Profil, bei dem man basierend auf den eigenen Angaben und bisherigen Matches Vorschläge für Restaurants in der Umgebung erhält. Wischt man nach links oder nach rechts, gefällt einem das Gericht beziehungsweise das Restaurant oder eben nicht.

Online-Medien als Print-Bulldozer.

Nahezu jeder hat die Frage nach den Tätigkeiten, die in Zukunft an Bedeutung verlieren werden, mit *Print* beantwortet. Die klassische Zeitung wird es laut befragten Alumni in den nächsten Jahren oder Jahrzehnten nicht mehr geben, weil sich alles online abspielen wird. Wahrscheinlich wird es dann wieder neue Technologien, Programme oder Kanäle geben, aus denen neue Berufszweige entstehen werden, die man sich heute noch gar nicht ausmalen kann.

Michael HALLER, der sich in seinem Buch von 2015 »Wir brauchen Zeitungen« mit Trendbeschreibungen und Best Practice Modellen beschäftigt hat, sieht das Problem der Zeitungen vor allen Dingen in dem Wettbewerbsmodell Aktualität. Die Zeitungen nutzen die Online-Medien falsch. Sie sehen es als Wettrennen an, wer zuerst die beste Meldung mit den meisten Klicks erreicht. Jede Tageszeitung hechelt einer Meldung hinterher, die sie dann möglichst spektakulär in einer Nachricht und mit Chance in einem ganzen Artikel verpacken kann. Ansonsten wird der Artikel gar nicht erst bei Facebook aufgerufen. Der Qualitätsjournalismus stehe zu BuzzFeed-Zeiten nicht mehr im Vordergrund.

Stefan SCHULZ geht 2016 sogar noch einen Schritt weiter und meint, dass die Zeitung sich durch die falsche Mediennutzung auf Facebook und Co. von ganz alleine zerstört. Wirklich »gute« Artikel werden zu falschen Zeiten online gestellt, die Klickzahlen bleiben niedrig. Zur Feierabendzeit oder morgens vor der Arbeit gibt es dann nur Kommentare oder Meinungen, die Diskussionsstoff aber wenig Information liefern. Darüber hinaus sei das ganze Konzept einfach nicht gut durchdacht: Das einzig Nennenswerte an dieser Stelle wäre, dass kurze Artikel online gestellt werden, dann aber mit viel Werbung unterlegt. Längere Artikel muss man kaufen, was aus Bequemlichkeit aber kaum einer tut.

Kein Wunder, dass das Vertrauen in den Journalismus verschwindet. »Wir brauchen Tageszeitungen – online und offline – die sich wieder am Qualitätscode des Informationsjournalismus orientieren: Zuverlässigkeit vor Schnelligkeit, Quellentransparenz statt Kolportage, Tatsachenbeschreibung statt Ursachenspekulation« (HALLER 2015, S. 10). Vor allen Dingen aber müsse wieder aus der Sicht der Bürger, von Betroffenen und Beteiligten geschrieben werden. Dr. Tobias KORENKE, Leiter der Unternehmenskommunikation der Funke-Mediengruppe sieht das 2015 genauso: Er findet, dass Journalisten wieder mehr Interesse am Leser bräuchten und vor allen Dingen Interesse an dem Wissen, das die Leser wollen.

Gerade Zeitungen können es sich in der heutigen Zeit nicht leisten, sich selbst wichtiger zu nehmen, als die eigene Leserschaft. Die Leute müssen wieder dazu ermutigt werden, gerne Geld für eine Zeitung oder einen Online-Artikel auszugeben. Also liegt es auch an uns Muls, diesen Kreislauf aufzubrechen und dem Qualitätsjournalismus wieder alle Ehre zu machen.

HALLER sagt, dass die nächsten fünfzehn Jahre die Zahl Leserschaft der gedruckten Variante aufgrund des demographischen Wandels nicht erheblich sinken wird. Diejenigen, die Wert auf das klassische Zeitungslernen beim Frühstückstisch legen, sind jetzt zwischen 45 und 65 Jahre alt. Es bliebe also genug Zeit, sich auf die jüngere Leserschaft einzustellen. Sein Lösungsansatz lautet hierbei, den digital Natives genügend Futter zu liefern. Die meisten von ihnen lesen keine Tageszeitung, weil die Themen nicht ansprechend genug seien und kompliziert dargestellt würden. Man müsse also mehr Wert auf klare Fakten und weniger auf »abstrakte Buchstrukturen« legen. Viel interessanter seien Unklarheiten, die laufenden Diskussionen über das Thema oder auch moralische Fragen und Fun Facts, die vielleicht nicht wichtig, aber komisch sind und zum Nachdenken anregen.

Der Spiegel war einer der ersten, der sich diesen digitalen Wandel angepasst hat. Die Onlinepräsenz wurde nicht nur durch SPON gesichert, sondern auch durch das Angebot von *Snapchat Discover*, wo der Spiegel seit letztem Jahr durch seine Stories besonders die jüngere Generation anspricht. Durch kurze und knappe Beschreibungen wird der Leser informiert. Die wichtigsten Schlagwörter werden sogar gelb markiert, um auf einen Blick alles Wichtige zu erfahren. Scheint, als würde hier Hallers Ansatz bereits gut funktionieren.

Das neue MuI-Imperium.

Snapchat ist sowieso eine App für sich: Wie Phönix aus der Asche erschien plötzlich diese Plattform, mit dessen Hilfe die Nutzer sich und ihr Leben ihren Freunden präsentieren können. Ganz anders als bei Facebook beispielsweise kann man nichts liken oder ein richtiges Profil erstellen, bei dem man Informationen einstellt. Vielmehr schickt man sich gegenseitig lustige Bilder von allen möglichen Alltagssituationen, die nach zehn Sekunden wieder verschwinden oder erstellt *Stories*, die die eigenen Freunde 24 Stunden lang betrachten können.

Gerade diesen Bereich hat sich zum Beispiel Amazon zunutze gemacht, als die Prime-Serie *You Are Wanted* promotet wurde. Sobald eine Story eines Influencers oder auch eines Freundes zu Ende angesehen wurde, wurde ein zehnstündiger Trailer der Serie gezeigt – ganz im Snapchatstil. Doch damit nicht genug: Knipst man ein Bild, um es einem Freund zu senden, kann man verschiedene Filter drüberlegen, um es witziger zu gestalten. Amazon erstellte einen ganz eigenen Filter, auf dem Hauptdarsteller Matthias Schweighöfer mit einem großen *You Are Wanted*- Emblem zu sehen war.

Es entsteht also ein ganz neues Werbeimperium. Nicht nur durch Snapchat oder Social Media, auch durch andere Plattformen, in das die Muls hervorragend reinpassen würden. Wenn man beim Thema Serien bleibt, wird sicherlich auch der Bereich des Video On Demand künftig eine große Rolle spielen. User generated content, Algorithmen erstellen oder der vielfältige Bereich um das Medienrecht: Wer darf was, um im Rahmen von Geschäftsbedingungen nichts zu verletzen. Die Rechte für neue Filme und Serien sichern. Ganz anders als beim klassischen Fernsehen, wo die Filme und Serien einmalig angesehen werden und nicht dauerhaft verfügbar sind.

Dann das angesprochene Social-Media-Marketing: Nutzerbasierte Werbung, Influencer-Marketing. Kooperationen vereinbaren, diese auswerten. Datenanalysen und Strategien entwickeln. Im Medienmanagement die Zeitungen auf den Wandel der nächsten 15 Jahre vorbereiten, in Redaktionsarbeit passende Artikel für die digital Natives schreiben. Ein ineinandergreifendes Geflecht entsteht durch den Hype der Digitalisierung. Und es liegt an uns Muls dieses Geflecht zu entwirren. Oder vielleicht noch weitere Stränge hinzuzufügen?

Alumni-Interviews.

Zwischen Dokumentenmanagement und Projektarbeit

Interview mit *Martin* ___
Consultant im Dokumentenmanagement in Stuttgart

von LAURA METTKE und PAULA TÖPFER

»Wir kümmern uns um das Output Management, das nur Basis von Informationen, die aus den Vorsystemen geliefert werden, fertige Dokumente generiert. Ihr könnt euch das so vorstellen: Uns liegt ein leeres DIN-A4-Blatt vor. Mithilfe des Output Management Systems werden unterschiedliche Informationen so auf das Papier gebracht, dass das Dokument der Corporate Identity des Unternehmens entspricht. Einfacher gesagt: oben links das Unternehmenslogo und die Adresse an der korrekten Position.« So erklärt Martin, dessen Nachname und Arbeitsstelle auf eigenen Wunsch ungenannt bleiben sollen, einen Teil seiner Arbeit als Dokumentenmanager. Was es sonst noch bedeutet, als Schnittstelle zwischen fachlicher Anforderung und technische Umsetzung zu agieren, und wie man auch mit einem bibliotheksorientierten Studiengang in der freien Wirtschaft Fuß fassen kann, verrät er in diesem Interview.

Hallo Martin, vielen Dank, dass du dir Zeit für das Interview nimmst! Du arbeitest derzeit im Großraum Stuttgart und hast auch deinen Bachelor dort absolviert. Was hat dich dazu bewegt, für deinen Master nach Hamburg zu gehen?

Martin: Ich habe in Stuttgart Bibliotheks- und Informationsmanagement studiert. Während des Bachelorstudiums wurde mir schnell bewusst, dass ich auf jeden Fall noch einen Master machen werde, da ich ungern in eine öffentliche Bibliothek, sondern eher in die freie Wirtschaft gehen wollte. Da der Master in Stuttgart seinerzeit sehr stark auf Bibliotheken ausgelegt war, ähnlich wie auch mein Bachelorstudiengang, habe ich mich nach Alternativen umgesehen und bin auf den Masterstudiengang an der HAW gestoßen. Damit habe ich quasi mein Auslandssemester in Hamburg verbracht (*lacht*).

Welchen Mehrwert hatte das Studium rückblickend für dich? Hast du im Master neue Erfahrungen sammeln können, die dir im Bachelor vielleicht gefehlt haben?

Im Gegensatz zum Bachelorstudium gab es im Master wenig Frontalunterricht. Eher Projektarbeiten, in denen uns viele Freiheiten gelassen wurden. Wir waren auch nur 18 bis 20 Studenten im Semester, das war natürlich auch ein Vorteil.

Was konntest du davon für dein späteres Berufsleben mitnehmen?

Für das spätere Berufsleben konnte ich eigentlich nur die Projektarbeit mitnehmen. Also wie man ein Projekt vorbereitet, welche unterschiedlichen Projektarten es gibt und wie sich die Abläufe gestalten. Von den Studieninhalten her, muss ich ganz ehrlich gestehen, habe ich eher weniger in mein späteres Berufsleben mitnehmen können, weil mein Job doch ziemlich speziell ist.

Hast du neben dem Studium an der HAW noch weitere Qualifikationen, die in Hinblick auf deinen Werdegang eine wichtige Rolle spielen?

Der Vorteil am Studium war, dass nur ein Jahr für Vorlesung vorgesehen war. Das zweite Jahr war dann zweigeteilt. Ein halbes Jahr für ein Praktikum

und ein weiteres halbes Jahr für die Masterarbeit. Ich denke vor allem die Praktika und die Masterarbeit haben mir bei der Berufswahl weitergeholfen. Ich habe in Coburg ein Praktikum im Dokumentenmanagement gemacht und dort ebenfalls meine Masterarbeit im Bereich elektronische Rechnungen geschrieben. Nur mit Frontalunterricht und einer Masterarbeit wäre es in der Privatwirtschaft nicht so einfach gewesen.

Vor allem die Praktika und die Masterarbeit haben mir bei der Berufswahl weitergeholfen.

Hat dir das Praktikum also auch die Masterarbeit im Unternehmen ermöglicht?

Natürlich. Sie waren während des Praktikums schon sehr zufrieden mit mir und meiner Arbeit und irgendwann kam ich dann mit meinem Chef ins Gespräch. Ich würde behaupten, ohne Praxissemester hat man keine Chance, eine Masterarbeit in einem Unternehmen zu schreiben, weil das Unternehmen die eigene Arbeitsweise nicht kennt.

Nach deiner Masterarbeit bist du ohne Unterbrechung ins Berufsleben eingestiegen. Hastest du da das Glück auf deiner Seite oder wie lief das Bewerbungsverfahren ab?

Nachdem relativ schnell klar war, dass ich nach meiner Masterarbeit dort keine Stelle bekommen würde, habe ich mich parallel dazu im Großraum Stuttgart beworben. Ich wollte gern wieder zurück. Dazu habe ich nach den Schlagworten »Informationsmanagement« und »Informationswissenschaften« gegoogelt, bin dann auf eine Stellenausschreibung gestoßen. Habe mich dort noch vor Beginn meiner Masterarbeit beworben und auch ziemlich schnell eine Einladung zum Vorstellungsgespräch bekommen. Scheinbar habe ich mich dort auch ganz gut angestellt, denn zwei Tage später hat mich mein jetziger Chef angerufen und gefragt, ob er mir den unbefristeten Vertrag zuschicken kann. Ja, gern. Den habe ich gleich unterschrieben und musste mich dann um keine weiteren Bewerbungen mehr kümmern und hatte Ruhe und Zeit für meine Masterarbeit. Das war dann natürlich auch ein Vorteil, dass ich schon ein halbes Jahr vor Ende des Studiums alles in trockenen Tüchern hatte.

Glaubst du, du hättest die Zusage auch nur mit einem Bachelorabschluss bekommen oder war der Master für diesen Job ausschlaggebend?

Ich kann da natürlich nur für mich und von meinen eigenen Erfahrungen sprechen, aber ich würde behaupten, mit dem Bachelor, den ich gemacht habe, hätte ich den Job nicht bekommen, da dort die Inhalte zu Bibliotheksorientiert waren.

Nun würden wir uns gern ein Bild von deiner Arbeit als Dokumentenmanager machen. Kannst du uns einen Überblick von einem typischen Tag in deinem Arbeitsleben geben?

Einen typischen Arbeitsalltag gibt es eigentlich nicht. Wir arbeiten als Dienstleister für eine große Bank in Stuttgart und verwalten dort das Output-Management-System. Es gibt verschiedene Vorkonten der Bank, die Informationen bzw. Daten zu uns senden. Das System, das wir betreuen, generiert aus den, für das menschliche Auge nicht lesbaren Daten, dann Dokumente, um Beispiel Leasingverträge, Kontoauszüge oder Finanzierungsanträge. Da betreuen wir auf der einen Seite die Anwendung als Service und ich persönlich bin derzeit als Projektunterstützung beim Kunden vor Ort.

Was gefällt dir besser?

Die Arbeit beim Kunden direkt. Jedes Projekt ist unterschiedlich und vor Ort bekommt man mehr von den Projektabläufen mit. Ich habe mehr Einfluss auf Projekthinhalte und kann somit den Projektfortschritt mit meiner Erfahrung in der Schnittstellenposition zwischen fachlicher Anforderung und technischer Umsetzung schneller voranbringen.

Nun ist schon einiges an Zeit vergangen und du sicher in deinem Job und in der Arbeitswelt angekommen. Wie schätzt du die Aufstiegschancen in deiner Branche ein?

Ja, ich bin bereits nach zwei Jahren vom Junior Consultant zum Consultant aufgestiegen. Mit dem Bachelorabschluss wäre es vermutlich nicht so schnell gegangen, aber durch den Master hat man einiges an beruflichen Qualifikationen mitgebracht, die zu einem schnelleren Aufstieg verhelfen.

Die größte Herausforderung am Anfang war, alle zu duzen.

Ist jeder Mitarbeiter also ein gleichwertiges Teammitglied oder wie gestalten sich Hierarchien in deinem Unternehmen?

Absolut. Die größte Herausforderung war für mich am Anfang, dass sich, bis hoch zum Vorstand, alle duzen. Auch beim Kunden wird man durch das Du direkt ins Team integriert. Man wird in alle Abläufe miteingeschlossen.

Von Medienberufen hört man oft, dass diese sehr stressig sind. Wie sieht die Work-Life Balance in deinem Job aus?

Das mit dem Stress kann ich gar nicht unterschreiben. Weder beim Kunden, noch bei meiner Firma. Wir haben eine ganz normale 40-Stunden-Woche, die auch im Normalfall eingehalten wird. Klar gibt es auch Projekte, die umfangreicher sind und bei denen man mal länger bleiben muss. Wenn Not am Mann ist oder ein Projekt-Meilenstein fertig werden

muss, dann gibt es auch Zehn-Stunden-Tage, die aber durch Freizeit ausgeglichen werden können. Überstunden sind eher die Ausnahme. Ich kann nach der Arbeit ohne Bedenken das Geschäftshandy aus- und die Tür hinter mir zu machen und nehme keine Arbeit mit nach Hause.

Was liebst du an deinem Job besonders?

Einerseits, dass ich die Kommunikation in Richtung Bankkunde mit beeinflussen kann zum Beispiel durch Dokumente, die verschickt werden. Auf der anderen Seite der kollegiale Zusammenhalt bei meiner Firma und auch beim Kunden direkt vor Ort.

Genauigkeit und Sorgfalt sind besonders essentiell.

Grundsätzlich macht es den Eindruck, dass du sehr zufrieden mit deiner Arbeit bist. Wie würdest du den Job, jedoch beschreiben, wenn du einen alten Freund wiedertriffst? Erzählst du voller Stolz und Zufriedenheit oder kannst du die ein oder andere lästige Tätigkeit nicht für dich behalten?

Wenn ich so überlege gibt es kaum lästige Tätigkeiten in meinem Beruf, ich habe wirklich Spaß bei dem, was ich mache und das Positive überwiegt in jedem Fall. Ich kann nur lästige Aufgaben nennen, die vermutlich in jedem Unternehmen anstehen, wie Arbeitszeiten protokollieren oder Spesenabrechnungen schreiben. Das sind eben Aufgaben, die gemacht werden müssen.

Kannst du dir vorstellen, deinen jetzigen Job bis zu deiner Rente auszuüben?

Schwer zu sagen, gerade in der Branche kann es sehr schnell gehen. Es gibt immer neue Themenfelder, die aufkommen. Heute bin ich sehr zufrieden mit meinem Job, sollte in Zukunft allerdings ein Jobangebot reinkommen, das interessant klingt, würde ich es mir sicher trotzdem einmal anhören. Das Themengebiet Output- beziehungsweise Dokumentenmanagement wird mich aber auf jeden Fall bis zu

meiner Rente begleiten, das ist meine Branche, da bin ich zuhause. Auf dem Gebiet habe ich bereits einen Wissensstand, auf den ich aufbauen kann.

Dann hast du also deine Berufung gefunden?

J Ja, und vor allem hier in Stuttgart. Jede Firma hat ein Output-Management bzw. eine Kommunikation zu Kunden und Lieferanten, die geregelt und möglichst automatisiert erfolgen sollte. In dem Bereich wird es immer Jobs geben.

Worauf warst du bei deiner Arbeit das letzte Mal stolz?

Stolz auf seine Arbeit kann man eigentlich immer sein, wenn man ein Dokument im Briefkasten finden, das man selbst erstellt hat. Wenn man seine Arbeit sozusagen in den Händen hält.

Was bringt dich in deinem Arbeitsalltag zum Lachen?

Hm, Kollegen bringen einen manchmal auch zum Verzweifeln, die meiste Zeit doch aber zum Lachen. Besonders bei gemeinsamen Unternehmungen, auch nach dem Feierabend.

Gibt es etwas, was bei dir am Arbeitsplatz niemals fehlen darf?

Beim Kunden vor Ort heißt es: Clean Desk – das habe ich auch so übernommen. Was aber niemals fehlen darf, ist Platz für eine Kaffeetasse (*lacht*).

Was meinst du, welche Eigenschaften sollte man für deinen Beruf mitbringen? Nach dem Motto: »Mein Job ist etwas für dich, wenn ...«

Genauigkeit und Sorgfalt sind besonders essentiell. Man sollte sich immer darüber bewusst sein, welche Konsequenzen seine Handlungen haben. Außerdem ist es wichtig, das »Scheuklappendenken« abzulegen und besonders in der Projektarbeit alles immer mit einem gewissen Weitblick betrachten.

Noch eine letzte Frage. Hast du einen goldenen Tipp, den du uns für unsere Zukunft mit auf den Weg geben kannst?

Seid flexibel und offen für Neues.

Das Interview wurde am 21. Dezember 2017 um 12 Uhr telefonisch geführt.

Als Schnittstellenmanagerin zwischen Entwicklern und Beratern

Interview mit *Christine Hansen*
Project Manager
bei der Agentur Dreyer Digital Consulting in Hamburg

von SVENJA SUCK



Quelle: DREYER DIGITAL 2017

Wie heißt es so schön: Schließt sich eine Tür, dann öffnet sich eine neue. Dass das Interview mit Christine Hansen zustande kam, war dem Umstand geschuldet, dass ein ursprünglicher Interviewpartner in äußerst unhöflicher Manier abgesagt hatte. In dieser Verzweiflung eilte eine Kommilitonin zur Hilfe, die ihr Interview bereits geführt hatte, um mitzuteilen, dass auch Christine sich dazu bereiterklärt hatte, ein Interview zu geben. Am Ende war dieses Gespräch wahrscheinlich noch sympathischer und interessanter, als das ursprünglich geplante Interview je hätte werden können.

Hallo Christine, vielen Dank, dass du dir Zeit für das Interview nimmst. Du arbeitest derzeit bei der Agentur Dreyer Digital Consulting, richtig?

Christine Hansen: Ja genau. Das ist eine sehr kleine Agentur. Ich sage immer, wir sind zweieindrittel Leute bei uns (*lacht*), weil mein Chef und ich zu zweit das Hauptgeschäft übernehmen und ein Werkstudent uns unterstützt.

Wolltest du denn schon immer in diese Branche gehen? Schon immer etwas mit Medien machen?

Ich war schon immer sehr kreativ und habe mich gern beispielsweise mit Malen und Zeichnen beschäftigt. Daher wollte ich eigentlich zuerst Grafik-

design an der HAW studieren, was aber nicht geklappt hat, weil mein Abitur wohl auch zu schlecht war und das sehr viele Leute machen wollten.

Christine Hansen

... machte ihren Bachelor im Jahr 2014 und belegte anschließend den Masterstudiengang Information, Medien und Bibliothek an der HAW. Heute arbeitet sie bei der Agentur Dreyer Digital Consulting im Projektmanagement.

Warum hast du dich dann speziell für den MuI-Studiengang entschieden?

Für mich war klar, dass ich auf jeden Fall in die Kreativbranche möchte. Dass ich dann MuI studiert habe, war eigentlich nur Zufall, weil jeder mir riet, dass ich BWL studieren solle und für mich aber feststand, dass das überhaupt nicht meins sein würde. Daraufhin habe ich mich dann nach anderen Studiengängen umgesehen. Ich habe dann diesen Einstiegstest, den es damals noch für die Muls gab, gemacht. Das klang dann alles ziemlich gut für mich und so bin ich dann zum Studiengang gelangt.

Hast du das jemals bereut?

Nein auf keinen Fall. Im Studium denkt man sich zwar meistens wofür man das später alles mal braucht, aber viele Module haben mich tatsächlich im späteren Berufsleben sehr viel weitergebracht.

Auch wenn nicht immer klar war, wozu ich das alles einmal brauchen würde, habe ich es nie bereut, MuI zu studieren.

Welche zum Beispiel?

Man glaubt es kaum, aber in meinem Job als Projektmanagerin im Analytics-Bereich tatsächlich die IT-Kurse (*lacht*). Medienmanagement, was auch ein wenig BWL-lastig war, hilft mir aber auch. Genauso, wie Wissensmanagement und Social Media. Es kommt natürlich auch immer darauf an, welche

Wahlkurse man belegt. Ich habe immer sehr viel Wert daraufgelegt, mich eher auf die neuen Medien zu konzentrieren und nicht in Richtung Bibliothek zu gehen.

Kannst du dir vorstellen bis zur Rente als Projektmanagerin in dieser Branche oder diesem Unternehmen zu arbeiten?

In der Branche auf jeden Fall, die Arbeit bringt mir sehr viel Spaß. Fachlich sehe ich mich definitiv in dem Gebiet. Aber in dem Unternehmen, wo ich jetzt bin, muss man sehen, wie das in Zukunft aussehen wird.

Warum?

Wir müssen einfach beide sehen, wohin die Reise gehen wird, da kann ich mich jetzt noch nicht genau festlegen. Ich habe nach dem Studium erst einmal eine Art Testlauf für mich gestartet, mit einem Chef, der sich selbstständig gemacht hat. Ich möchte sehen, ob das überhaupt alles so klappt, wie ich mir das in der Branche vorstelle. Vielleicht mache ich mich auch selbst irgendwann einmal selbstständig, wer weiß? Das möchte ich selbst alles noch herausfinden.

Hast du Aufstiegsmöglichkeiten, in denen du auch in höheren Positionen arbeiten könntest?

Nein, die habe ich in so einem kleinen Unternehmen ganz klar nicht. Man muss aber auch dazu sagen, dass ich eben durch diese Größe bereits sehr viel Verantwortung habe. Wenn ich aber in höheren Führungspositionen arbeiten möchte, müsste ich in eine andere Firma gehen.

Wie bist du denn zu der Stelle, bei der du jetzt bist, gekommen?

Ich habe während des Studiums schon angefangen dort zu arbeiten. Irgendwann hat mein Chef mir angeboten, fest dort anzufangen. Da habe ich natürlich ja gesagt. Das war eine Win Win Situation für uns beide, weil mir die große Bandbreite an Aufgaben viel Spaß bringt und mein Chef große Probleme hatte jemanden zu finden.

Die breite Aufstellung des Studiengangs hat mir später im Arbeitsalltag sehr geholfen.

Hast du besondere Tipps für das Bewerbungsgespräch?

Das Wichtigste ist, dass man den Studiengang an sich gut verkauft. Dadurch, dass wir ja sehr breit aufgestellt sind, in dem, was wir tun, sollte man sich vorher gut zurechtlegen, was man sagt. Noten sind an der Stelle eher zweitrangig würde ich sagen.

Wie beurteilst du die breite Aufstellung des Studiengangs? Hat sie dir geholfen oder dich eher behindert?

Definitiv geholfen. Es wird ja auch häufig gesagt, dass wir Muls sozusagen die Schnittstelle aller

Medien sind. Was mir häufig auffällt, ist, dass ich diese Schnittstellenkommunikation häufig übernehme. Beispielsweise, wenn ich mit Entwicklern kommuniziere, weiß ich, was gemeint ist und gebe das so an einen anderen Projektbeteiligten weiter, der beruflich spezifischer aufgestellt ist und vielleicht von der Programmierung nicht so viel versteht. Ich könnte jetzt zwar keine Website codieren, aber einfach dieses Wissen und mitreden zu können, halte ich für sehr wichtig.

Wie sieht dein Arbeitsalltag generell aus?

Das ist eine gute Frage (lacht). Der ist tatsächlich wie gesagt ziemlich breit aufgestellt. Dadurch, dass ich größtenteils im Homeoffice arbeite, arbeiten wir viel cloudbasiert. Zum Beispiel mit Slag oder Trello. Wir konzeptionieren beispielsweise Homepages, integrieren Online-Messsysteme für Kunden oder analysieren Metadaten. Ein Großteil meiner Arbeit besteht aber auch aus der Kommunikation zwischen den einzelnen Projektbeteiligten, also das wir zum Beispiel die Entwickler mit Anweisungen versorgen. Manchmal schreibe ich sogar Pressemitteilungen, was ich niemals gedacht hätte.

Wie würdest du den Satz vervollständigen:

»Mein Job ist etwas für dich, wenn du ...«?

Mein Job ist etwas für dich, wenn du auf einen abwechslungsreichen Arbeitsalltag stehst, gerne Neues dazulernst und lösungsorientiertes Arbeiten magst.

Hast du persönliche Highlights bei der Arbeit?

Der Kundenkontakt definitiv und die Abwechslung, die mein Job mir bietet. Gerade auch, weil wir eine sehr kleine Agentur sind und ich viel mitentscheiden darf.

Worauf warst du das letzte Mal bei einem Projekt auf dich selber stolz?

Das war tatsächlich als wir als kleine Agentur eine komplette Homepage selbst gestalten konnten. Ich habe da viel organisiert und kommuniziert. Einfach der gesamte Prozess und zu sehen, dass das Projekt unter meiner Anleitung wächst, machte mich sehr stolz.

Was gefällt dir persönlich eher nicht an deiner Arbeit?

SEO-Aufgaben (lacht) – finde ich persönlich ganz schrecklich.

Hast du nicht auch schon mal im SEO-Bereich gearbeitet?

Ja, ich habe tatsächlich viel mit SEO gemacht. Mir war es wichtig, während des Studiums möglichst viel Praxiserfahrung zu sammeln und hab dann zum Beispiel bei Gruner und Jahr in der SEO Abteilung gearbeitet. Das ist wahrscheinlich so das typische Ding, was jeder im Mul Studium macht. Irgendwann landet jeder mal in einer SEO-Agentur (lacht).

Hast du noch weitere Qualifikationen, außer das Studium, die dich in deinem Berufsleben weitergebracht haben?

Ja, ich denke, dass irgendwie alles, was ich nach dem Abi gemacht habe, mich weitergebracht hat. Ich habe beispielsweise erstmal eine Ausbildung als Großhandelskauffrau bei der heutigen BP Europa SE gemacht. Danach habe ich ein Jahr gearbeitet, bin anschließend ein Jahr in Kanada gewesen und habe mich dann für das MuL-Studium und den Master entschieden. Ich schätze das Gesamtpaket hat mich dahin gebracht, wo ich heute bin.

Die Zukunft der MuLs liegt im Schnittstellenmanagement.

Was hättest du dir speziell im MuL-Studium noch gewünscht, was fehlt dir heute im Arbeitsalltag?

Fehlendes lernt man im Prinzip mit der Praxis dazu. Allerdings hätte ich persönlich es gut gefunden, wenn der Studiengang mehr Projektmanagement vermittelt. Gerade auch, wo es um Strategien geht. Es geht häufig um Inhalte, was auch nicht schlecht ist, aber zum Beispiel im Social-Media-Bereich, wofür man strategische Konzepte ausarbeiten muss oder die Budgetplanung im Projektmanagement, hätte mir heute Vieles erleichtert.

Siehst du die Zukunft der MuLs eher im Projektmanagement?

Ich denke, dass Schnittstellenkommunikation sehr wichtig ist. Ein Grafikdesigner versteht vielleicht nicht so viel von Datenbanken, wie ein Entwickler und umgekehrt. Wir MuLs kennen von allem ein bisschen und daher ist Projektmanagement schon ein wichtiger Teil, damit alles ein wenig organisierter wird und man nicht aneinander vorbei arbeitet. Ansonsten wird die Digitalisierung für die MuLs bestimmt auch immer wichtiger und der Social-Media-Bereich.

Denkst du, dass ein MuL Absolvent inhaltstechnisch auf dem Arbeitsmarkt später gut aufgestellt ist? Zum Beispiel gegenüber Kommunikations- oder Medienwissenschaftlern?

Das ist tatsächlich eine gute Frage. Ich bin gerade dabei das selbst herauszufinden. Das ist meiner Meinung nach auch eine ganz individuelle Sache, weil jeder andere Schwerpunkte im Studium gelegt hat. Aber durch diesen Praxisbezug sind wir generell schon ganz gut aufgestellt, der Studiengang muss an sich nur gut verkauft werden. Die Wenigsten können sich unter dem Namen »Medien und Information« wirkliche Inhalte vorstellen.

Was würdest du den Erstsemestern oder solchen die es noch werden wollen, abschließend mit auf den Weg geben?

Probiert euch in den verschiedenen Bereich aus, nutzt die Vielfalt des Studiums und nehmt die Härte des Medienbereichs nicht persönlich. Ich hatte einen Kunden der ständig nur am Meckern war. Aber so etwas muss man mit Humor nehmen. Ansonsten geht man ein.

Das war doch ein gutes Schlusswort. Ich danke dir, Christine.

Die Medienbranche hat wahrscheinlich den Ruf, dass jemand, der etwas werden will, in einer großen Agentur oder in einem großen Verlag landen muss. Christine beweist das Gegenteil. Zudem hat sie schon jetzt viel Eigenverantwortung, kann ihren Alltag selbst bestimmen und erhält dadurch wahrscheinlich einen ganz anderen Einblick in die Praxis, als sie es direkt nach dem Studium in einem Unternehmen mit 250 Mitarbeitern aufwärts je erhalten hätte.

Das Interview wurde am 3. Januar 2018 ab 19 Uhr per Skype geführt.

Fällt einem da nicht die Decke auf den Kopf? Als SEO-Specialist im Home-Office

Interview mit *Rebecca Klose*
Marketing Managerin / SEO Specialist
bei dem Start-Up Unternehmen OTL – Online Trainer GmbH in Berlin

von LENA HEITMANN



Quelle: OTL AKADEMIE BLOG 2018

Arbeiten in Jogginghose? Für Rebecca Klose kein Problem. Denn sie hat das Privileg, jeden Tag von zu Hause aus zu arbeiten. Ob das ein Vor- oder Nachteil ist, verrät sie in diesem Interview. Vom Schmeißen des ersten Jobs, der ein sicheres Einkommen und einen geregelten Arbeitsalltag bedeutet hätte, bis hin zum völligen Neuland eines Start-up-Unternehmens. Von dieser jungen Frau wird man in den nächsten Jahren sicherlich noch einiges hören.

Hallo Rebecca. Schön, dass es mit dem Interview geklappt hat. Wie geht es dir, wenn du nach langer Zeit wieder an deine alte Hochschule zurückkehrst?

Rebecca Klose: Es hat sich schon vieles verändert hier, früher gab es die Mensa und die Bibliothek noch gar nicht, da stand dort nur ein Zelt (*lacht*). Aber es kommen schon immer wieder schöne Erinnerungen hoch, wenn ich hier bin.

Du hast gesagt, dass du durch deine ehemalige Dozentin an deinen ersten Job gekommen bist? Wie genau lief das ab?

Ja genau, das hat sich echt super gut für mich ergeben. Im dritten Semester hatte ich einen SEO Wahlpflichtkurs und ich bin dort ohne jegliche Erwartungen und Vorwissen reingegangen. Und dann saß ich

Ich saß im SEO-Kurs und alles komplett aufgesaugt.

Ich fand es wirklich super spannend.

da jeden Dienstagabend, das werde ich nie vergessen, und ich habe es einfach nur aufgesaugt. Es war so spannend. Und die Dozentin brannte auch total dafür. Das hat sie dann auch so rübergebracht. Nach meinem Praxissemester war ich dann auf der Suche nach einem Werkstudentenjob und ich dachte mir, ich frage sie einfach mal, ob sie von jemanden weiß, der eine Stelle vergibt. Ich mein, sie

hat es mir ja beigebracht, sie weiß ja wie viel ich kann, oder halt auch nicht kann. Dann habe ich ihr einfach eine E-Mail geschrieben. Und sie hatte tatsächlich etwas frei in ihrer Firma. Dann konnte ich da anfangen und wurde danach dann auch übernommen.

Dann hat dir das MUI Studium ja tatsächlich zu deinem ersten Job verholfen. Was hat dir denn, abgesehen davon, besonders am Studium gefallen?

Ja, das war echt ideal. Ehrlich gesagt wusste ich während des kompletten ersten Semesters gar nicht, was ich hier überhaupt mache (*lacht*). Und dann immer die Fragen der Familienmitglieder, was man denn danach damit machen kann. Aber eigentlich habe ich das Studium gerade deswegen gewählt, weil ich nicht genau wusste, was ich einmal werden möchte. Ich konnte damit selbst entscheiden, in welche Richtung ich mich spezialisieren möchte. Auch die kleinen Seminargruppen haben mir immer gut gefallen und

Rebecca Klose

... machte ihren Bachelor in Medien und Information im Jahr 2015 und stieg daraufhin direkt ins Berufsleben ein, was sie auch bis heute nicht bereut hat. Für die Zukunft schließt sie einen Masterabschluss jedoch trotzdem nicht aus.

die Nähe zu den Dozenten. Große Hörsäle wie an der Universität Hamburg wären nichts für mich.

Und gibt es Sachen, die dir nicht so gut gefallen haben an deinem Studium?

Ich fand es schade, dass nie ein richtiges Studentenleben aufgekommen ist. Ich hatte immer nur meine kleine Gruppe und kannte die Studenten aus den anderen Gruppen leider gar nicht wirklich. Auch hätte ich mir mehrere Wahlpflichtmodule und weniger Pflichtseminare gewünscht, da diese nicht immer für alle interessant und relevant sind.

Nun hast du ja nach einem Jahr deinen Job an den Nagel gehängt, um für ein Start-up-Unternehmen zu arbeiten. Wie kam es zu dem Entschluss? Hattest du bei der Entscheidung auch manchmal Bedenken, dass es vielleicht doch keine so gute Idee war?

Ja klar, Bedenken gab es natürlich. Das war natürlich ein Sprung ins kalte Wasser. Will ich jetzt wirklich von meinem relativ gut bezahlten Job ins kleine Start-up wechseln, mit einer erst einmal schlechteren Bezahlung? Zudem ein kleineres Team, das ich nicht einmal kannte. Aber irgendwie hatte ich so Lust darauf das zu machen. Und letztlich war es die richtige Entscheidung. Ich mache endlich alles selber und habe am Ende des Tages das Gefühl: »Du hast heute etwas optimiert«.

Das hört sich doch gut an. Welche Vorteile hat denn ein Start-up-Unternehmen gegenüber einer größeren Agentur?

In der Agentur hatte ich halt meine drei Kunden und habe diese betreut. Fachlich habe ich in der Agentur sehr viel gelernt. Allerdings bin ich jetzt seit sechs Monaten in meinem neuen Job und ich habe in der Zeit so viel gelernt, wie ich vorher die ganze Zeit in der anderen Firma nicht gelernt habe. Im Start-Up musst du so viel eigenverantwortlich machen, dass du dich einfach weiterentwickeln musst. Dann heißt es, Ja Becci, mach mal einen Blog. Plötzlich setzte ich einen eigenen Blog auf, bin Blogredaktionsleiterin und habe drei Leute die für mich Blogartikel schreiben, die ich koordinieren muss. Es fallen einfach tausende von Sachen an. Man lernt extrem viel dazu, auch im Projektmanagement. Außerdem ist das Team viel jünger und wir haben viele gemeinsame Interessen. Leider sehe ich meine Arbeitskollegen aber ja nicht so oft ...

... da du im Home-Office arbeitest, richtig?

Ja genau. Meetings finden bei uns nur über Skype statt. Die Kollegen kommen von überall her: aus Dublin, Wien, Berlin, Hannover und Hamburg. Das ist schon immer sehr spannend.

Und wie kann man sich deinen Arbeitsalltag so vorstellen? Wie motiviert man sich selbst, wenn man immer von zu Hause arbeitet?

Naja, du hast ja trotzdem ein Team, und mit dem arbeitest du an Sachen. Und du weißt ja die liegen

da und warten auf dich. Und da kannst du es einfach nicht bringen, nichts zu machen. Ich könnte, glaube ich, ein Jahr jetzt durcharbeiten und wäre immer noch nicht am Ende meiner To-Do-Liste. Von daher geht es einfach nicht da nichts zu tun. Ich arbeite auch eher mehr als vorher. Montags und freitags haben wir immer Team-Meetings per Skype, das ist immer total lustig. Einer leitet das Gespräch dann an und einer macht die Protokollführung. Da wird dann alles besprochen, von der Urlaubsplanung bis hin zu neuen Ideen. Zudem haben wir alle eine Kernarbeitszeit von 10 bis 16 Uhr. In dem Zeitraum

Die Team-Meetings per Skype sind immer total lustig.

sollen wir alle da sein, damit wir uns erreichen können. Wenn ich morgens anfangen zu arbeiten, gehe ich immer bei Skype online, dann sehen die Leute, dass ich da bin. Drumherum können wir uns unsere Zeiten selbst einteilen.

Und was mich jetzt wirklich interessiert: zieht man sich überhaupt etwas Richtiges an, wenn man im Home-Office arbeitet?

NEIN (*lacht*). Manchmal denke ich mir, oh Mist, ich habe in zehn Minuten ein Meeting. Ich muss meine Haare noch kämmen. Manchmal ist das echt doof, da würde ich mich gerne mal wieder schön anziehen, dann mache ich mich halt schön zum Einkauf gehen bei Rewe (*lacht*). Gerade im Winter kommt es allerdings schon ab und an vor, dass ich den ganzen Tag gar nicht aus dem Haus komme. Das ist natürlich ein kleiner Minuspunkt. Aber wenn ich wollte könnte ich ja auch, wie einer meiner Kollegen, nach Kapstadt flüchten und von da arbeiten. Aber ich mag meinen Freund und meine Katzen hier ja nicht alleine lassen.

Das hört sich ja nach einem richtigen Traumjob an – kannst du noch einmal zusammenfassen, was du in deinem jetzigen Job genau für Aufgaben machst?

Ja, das kann man so sagen. Mich beneiden auch viele meiner Freunde um meinen Job. Im Vergleich zu vorher mache ich jetzt nicht mehr nur noch SEO und Kunden beraten. Ich mache nun wirklich alles – die Blogbetreuung, Texte schreiben, Kooperationen eingehen, Programmierung bis hin zu Projektmanagement.

Also hast du jetzt erst einmal vor in dem Bereich tätig zu bleiben oder denkst du, du willst irgendwann noch einmal etwas Anderes machen?

Ich kann mir gar nicht wirklich vorstellen, was in vierzig Jahren ist. Das ist wirklich eine lange Zeit. Aber ich kann mir gut vorstellen, die nächsten Jahre genau in der Firma zu bleiben, da es mir wirklich sehr viel Spaß macht. Aber ich kann mir auch

durchaus vorstellen, dass ich irgendwann mal, in zehn Jahren bis zwanzig Jahren, gar nicht mehr SEO mache, sondern irgendetwas völlig anderes. Ich habe damals nach der Schule überlegt, Lehrerin zu werden. Ich finde den Beruf immer noch sehr interessant und sehe bei meinem Vater, dass er ihm auch nach vierzig Jahren noch immer Spaß macht. Vielleicht ergibt sich ja später mal die Chance, mit ausreichend Berufserfahrung an einer Berufsschule zu unterrichten. Das kann man ja auch nebenbei machen. An sich könnte ich mir das gut vorstellen.

Ich kann mir durchaus vorstellen, dass ich irgendwann gar nicht mehr SEO mache.

Hast du denn noch eine Art goldenen Tipp für uns Mül-Studenten?

Der beste Tipp ist wirklich durch irgendwelche Studentenjobs Berufserfahrung während des Studiums zu sammeln, die etwas mit dem zukünftigen Beruf zu tun haben. Für einige ist vielleicht der Kellnerjob der richtige Weg, weil sie sich denken im Studium arbeiten sie mit dem Kopf und das muss dann beim Nebenjob nicht auch noch sein. Aber das würde ich keinem empfehlen, denn am Ende kannst du nichts vorweisen.

Vielen Dank, dass du dir die Zeit genommen hast und dich für dieses Interview bereit erklärt hast. Ich denke von dir können viele Studenten noch einiges lernen.

Trotz des jungen Alters von gerade mal 25 Jahren hat Rebecca Klose schon einiges vorzuweisen. Wenn sie über ihren Job spricht, funkeln ihre Augen und man merkt, wie sehr sie für ihren Job brennt. Ich denke, dass jeder Mül-Absolvent das Ziel hat, so einen Job für sich zu finden.

Zudem war es sehr interessant, Einblicke in einen Alltag im Home-Office zu bekommen. Rebecca hat Mut bewiesen, indem sie ihren Agenturjob gekündigt hat, um ins komplette Neuland der Start-up-Welt einzusteigen.

Das Interview wurde am 14. Dezember 2017 um 17 Uhr in der HAW Hamburg an der Finkenau geführt.

Alles unter einem Hut Als Projektmanagerin in einer Digitalagentur

Interview mit *Nina Halbig*
Junior Projektmanager
bei der Agentur Fork Unstable Media in Hamburg

VON LAURA METTKE UND PAULA TÖPFER



18. Dezember 2017, Schanzenviertel. Unweit des Schulterblattes hat die Agentur Fork Unstable Media ihren Sitz. Dort in den Kellerräumlichkeiten der Agentur ist Nina Halbig zu einem persönlichen Interview bereit. Kellerräumlichkeiten? Bei Fork gestalten sich die Arbeitsplätze im Untergeschoss alles andere als düster und kalt. Im Gegenteil. Hier werden Telefonkonferenzen gehalten, Kicker-Turniere veranstaltet und man trifft sich nach Feierabend gern noch auf ein Bier und nette Gespräche. Abseits der Unterhaltung bildet Fork Unstable Media als Digitalagentur das Headquarter der Online-Profis von Fisher Appelt und vereint Teams aus Design, IT und Text unter einem Dach. Nina Halbig erzählt von ihren Erfahrungen als Projektmanagerin.

Du arbeitest bei Fork als Junior Projektmanager. Hattest du schon immer vor, in der Agenturbranche zu arbeiten?

Nina Halbig: Man muss ein bisschen differenzieren. Projektmanagement wollte ich von vornherein gerne machen. Ins Agenturleben bin ich ein bisschen reingerutscht, da ich im fünften Semester des Bachelors ein Praktikum machen musste, das ich in Hamburg bei Jung von Matt absolviert habe. Ich hatte noch keine Ahnung von der Branche, aber als ich dort ein halbes Jahr als Projektmanagerin gearbeitet habe, fand ich es vor allem im digital Bereich spannend. Aber Agentur war nicht konkret geplant, das hat sich durch das Praktikum ergeben.

Möchtest du auch zukünftig in dieser Branche arbeiten?

Ich habe bis jetzt in zwei Digitalagenturen gearbeitet und dazwischen beim Unternehmen Olympus. Dort war ich im Consumer-Produkt-Bereich Teil des Web-Teams und habe so im Produktmanagement auf Unternehmensseite gearbeitet. Ich denke, auf lange Sicht werde ich auch wieder auf die Unternehmensseite wechseln, wie das die meisten machen, die erst einmal in Agenturen anfangen. In Agenturen hast du viel mehr Stress, und es ist schwieriger mit der Familie zu vereinbaren. Im Endeffekt ist die Bezahlung auch eine ganz andere; das muss man eben wissen. Andererseits gibt es in der Agentur

ganz andere Benefits. Man arbeitet auf einer anderen Ebene miteinander und es gibt flachere Hierarchien. Nach der Arbeit bleibt man noch länger und hat viele Team-Events. Gerade, wenn man in unserem Alter ist, ich bin jetzt 25, ist das eine Arbeitsweise, in der man noch viel mitmachen kann und bei der man vor allem viel lernt. Wo hat man sonst die Chance, auf fünf verschiedenen Kunden zu arbeiten, ganz viele Unternehmen und deren Arbeitsweisen kennenzulernen und mitzunehmen. Eine Agentur ist die beste Schule, die du machen kannst. Für den Berufseinstieg ist das spannend.

Wie bist du zu deinem derzeitigen Job gekommen?

Das ist eine längere Geschichte, die auch wieder mit meinem Praktikum bei Jung von Matt zusammenhängt. Nach meinem Praktikum habe ich dort auch meine Bachelorarbeit bei Kai Ebert geschrieben. Der ist inzwischen Standortleiter bei Fork und hat mich gefragt, ob ich nicht Lust hätte, dorthin zu kommen. Zu der Zeit war ich fast anderthalb Jahre bei Olympus und ich wollte gerne was Neues machen, weshalb die Anfrage gut gepasst hat. Wir hatten dann ein entspanntes Gespräch und danach habe ich erstmal als Werkstudentin bei Fork angefangen. Da ich auch kurz vor meinem Masterabschluss stand, hat es sich ergeben, dass Fork mir eine Junior Stelle fürs Projektmanagement angeboten hat.

Kannst du uns noch etwas zu dem Bewerbungsprozess erzählen, gab es dort etwas Besonderes, warum genau du für diesen Job ausgewählt worden bist – abgesehen davon, dass sie dich kannten?

Das war bei meinem Bewerbungsprozess der größte Vorteil, da sie mich und meine Arbeitsweise vorher kannten. Außerdem habe ich vergleichsweise viel Agentur Erfahrung, da ich im Bachelor schon angefangen habe im Projektmanagement zu arbeiten, komme ich mittlerweile auf zweieinhalb Jahre reine Agenturerfahrung, die ich neben dem Studium ergattern konnte. Erfahrung ist einfach immer der ausschlaggebende Punkt als Berufseinsteiger. Leider Gottes gar nicht so viel die Inhalte, die man im Studium durchgenommen hat.

Erfahrung ist einfach immer der ausschlaggebende Punkt als Berufseinsteiger.

Wie könnte denn ein typischer Arbeitsalltag als Projektmanager aussehen?

Das ist schwierig zu verallgemeinern. Natürlich kommst du erst einmal an, machst dir einen Kaffee, rufst deine Mails ab und hoffst, dass über Nacht nichts Kritisches passiert ist. Und falls doch, wird das als erstes angegangen. Ansonsten ist es sinnvoll, sich am Ende oder Anfang der Woche einen Plan zu machen, was genau ansteht, und dann diesen Plan tageweise abzuarbeiten. Man kann aber nicht generell sagen, was ein Projektmanager jeden Tag für Aufgaben hat. Da gehören verschiedene Bereiche zu, wie Buchhaltung, Rechnungen und Kostenvoranschläge schreiben, aber vor allem die Kommunikation mit dem Kunden. Da kommt es auf den Kunden an, manche wissen sehr genau was sie möchten, andere wiederum wollen gerne beraten werden und freuen sich über Input aus der Agentur. Dort geht es dann viel um organisatorische Aufgaben, es müssen Statuslisten gepflegt werden, die Aufgaben im Team sinnvoll verteilt und vor allem Ressourcen rechtzeitig gebucht werden, damit dann wirklich jemand nächste Woche Zeit für den Kunden hat. Die Aufgaben sind also vor allem von den Gegebenheiten am Tag abhängig. Du kannst nicht pauschal sagen, wie ein typischer Arbeitstag aussieht.

Wie würde dein perfekter Arbeitstag aussehen – was waren dann deine Highlights, welche Aufgaben machen besonders viel Spaß?

Was mir vor allem an der Arbeit in der Agentur Spaß macht, ist die Abwechslung. Sich ständig auf neue Situationen einzustellen und Lösungen zu finden. Ansonsten ist es viel das Drumherum – die Kollegen sind der ultimative Pluspunkt. Das Gesamtpaket macht einfach Spaß. Es kommt auch immer wieder auf das Projekt an. Am meisten Spaß macht mir

aber die Strategiefindung, wenn ein Kunde sich gerne beraten lässt, wie er sich digital aufstellen sollte.

Kannst du dir vorstellen, deinen jetzigen Job für den Rest deiner beruflichen Laufbahn auszuüben?

Agentur macht zwar Spaß, aber ist für mich nicht für den Rest meines Lebens etwas. Es ist nicht einfach, das mit der Familie unter einem Hut zu bekommen. Ich persönlich merke gerade, dass viele Projektmanager in Richtung Konzeption gehen. Das kannst du in einem Unternehmen sehr gut kombinieren als Produktmanager, da diese sowohl Aufgaben im Bereich Konzeption, Strategie und Organisation übernehmen. Ich denke das ist auch ein Grund, warum viele Projektmanager später auf die Unternehmensseite wechseln.

Wie würdest du deine Arbeit beschreiben, wenn du einen alten Freund wiedertriffst? Erzählst du voller Stolz und Zufriedenheit oder kannst du die ein oder andere lästige Tätigkeit nicht für dich behalten?

Die Frage, die ich mir häufig stelle, ist: »Wen interessiert in zehn Jahren noch, was ich hier gerade mache?«. Auf lange Sicht hätte ich gerne einen Job mit Hintergrund. Es muss sich dabei gar nicht um ein soziales Projekt handeln, aber vielleicht eins, was nicht nur auf den Konsum aus ist. Also auf ein Projekt, auf das man selbst stolz sein kann. Klar, bis zu einem gewissen Grad ist man das bei jedem Projekt, wenn der Kunde glücklich ist und das Team zufrieden. Aber auf einer höheren Ebene ist es für mich dann schon schwierig, komplett dahinter zu stehen.

Was mir vor allem an der Arbeit in der Agentur Spaß macht, ist die Abwechslung.

Du stehst gerade noch ganz am Anfang deines Berufslebens. Glaubst du denn, dass es generell in Agenturen gute Aufstiegsmöglichkeiten gibt?

Ich denke schon, man hat, wie in vielen Unternehmen auch, die klassischen drei Stufen im Job: Junior, Intermediate, Senior und die kann man in einer Agentur relativ schnell, in ungefähr drei Jahren, durchlaufen und dann wird es schwieriger. Es läuft wie in Unternehmen, spitz nach oben zu und man muss einfach Glück haben, dass die Person wechselt oder in Rente geht. Obwohl das in Agenturen sehr selten passiert und viele Kollegen sehr jung sind. Vielleicht hat man auch deshalb einfacher die Chance aufzusteigen, weil die Leute häufiger ihren Job wechseln. Die größten Aufstiegschancen hast du eigentlich, wenn du von Agentur zu Agentur hüpfst und dich abwerben lässt.

Welche Charakterzüge muss man mitbringen, um deinen Job ausüben zu können? Ganz nach dem Motto: »Mein Beruf ist was für dich, wenn ...«.

Kommunikationstalent ist auf jeden Fall wichtig. Vor anderen Leuten zu sprechen, auch Kunden, die man noch nie persönlich getroffen hat, etwas am Telefon zu erklären. Das ist sowas, was man im Studium nicht unbedingt lernt, sondern einfach so kommt. Besonders wichtig ist aber auch die Freude daran, etwas zu organisieren. Organisationstalent sollte man schon haben, denn es gibt nichts Schlimmeres als chaotische, nicht organisierte Projektmanager. Da merkt das Team schnell, dass es sich selbst organisieren muss und das sollte gerade der Job des Projektmanagers sein, als Schnittstelle zwischen

Kommunikation und Organisation sind das A und O.

Gewerken und dem Kunden. Wenn man daran keinen Spaß hat, sollte man nicht ins Projektmanagement gehen. Kommunikation und Organisation sind das A und O, dann gibt dir der Job auch unheimlich viel zurück, weil du an jedem einzelnen Schritt im Projekt involviert bist und von Anfang bis Ende mitbekommst und den Überblick über alles behältst. Was ich von Anfang an sehr cool fand, dass du halt derjenige bist, der die Fäden in der Hand hat, der dann am Ende natürlich auch schuld ist, wenn mal was nicht läuft und man bleibt dann auch mal mit dem Team bis zum Ende, wenn noch etwas erledigt werden muss und geht nicht um Punkt 18 Uhr. Du musst dann halt verstehen, dass du dafür verantwortlich bist.

Was meinst du, welchen Mehrwert hatte das Studium an der HAW für dich?

Ich glaube das, was ich am meisten aus dem Studium mitnehme, hat gar nicht so viel mit den Inhalten zu tun, sondern mit Persönlichkeitsbildung, die ich damit in Angriff nehmen konnte. Dass ich etwas studiert habe, was mir Spaß gemacht hat, aber nebenbei mich selbst finden konnte, durch die Jobs die ich hatte, weil ich einfach die Zeit gebraucht habe. Ich habe jetzt alles in Allem sechs Jahre studiert und ich glaube ohne die sechs Jahre wäre ich jetzt gerade total unglücklich in irgendeinem Job und würde mir denken: was habe ich eigentlich alles verpasst, dadurch das ich nicht studiert habe.

Kannst du vielleicht trotzdem noch einige inhaltliche Aspekte aus deinem Studium in deinem Job anwenden?

Für das Projektmanagement vor allem das Arbeiten im Team. Teamwork und das wissenschaftliche Arbeiten. Sich selbst zu organisieren, sich selbst Informationen zu beschaffen und nicht immer darauf warten, Informationen zu bekommen. Ich glaube

das ist auch gerade etwas, was man mit dem HAW Master lernt. Das einem nicht alles zugeflogen kommt, die Kurse nicht einfach macht, sondern sich drum herum noch informiert und sich in das Thema reindenkt. Super spannend fand ich einen Kurs bei Frau Glissmann, in dem wir Tableau gelernt haben, was gerade total im Kommen ist. Wo im Endeffekt Daten aus Excel in Diagrammen und sämtlichen anderen Dingen dargestellt werden können. Das Programm ist gerade total gefragt und kommt, wenn du es bei Xing einträgst, immer super gut an.

Was für Qualifikationen fehlen dir, bei denen du dir gewünscht hättest, diese im Studium gelernt zu haben?

Ich finde es interessant und gut, wenn Dozenten direkt aus der Wirtschaft kommen und damit einfach viel mehr aktuelles Wissen mitbringen. Sowas hat mir in meinem Bachelorstudium dann doch sehr viel gegeben, da man merkt: ok es läuft vielleicht doch ein wenig anders, als es mir hier in der Uni erzählt wird. Und ein großer Bonus ist natürlich auch, dass du direkt Connections machen kannst. Du lernst Leute kennen, die relativ hohe Tiere in Unternehmen oder Agenturen sind und das Interessante ist, das man diesen Leuten anmerkt, dass sie Lust haben, ihr Wissen weiterzugeben. Und ich finde, gerade solche Kooperationen sollte man versuchen an der HAW häufiger zu bekommen. Außerdem haben mir die neuen Arbeitsweisen gefehlt, wie agiles Projektmanagement. Die sind einfach noch nicht in der Uni angekommen, aber hier der Alltag. Gerade sowas kannst du mit externen Leuten gut einbringen.

Die Aufstiegschancen sind mit einem Master besser, wenn du Karriere machen möchtest.

Mit etwas Abstand und wahrscheinlich mehr Weisheit – wie schätzt du den Masterstudien-gang bezüglich der Jobchancen ein?

Ich glaube das Schwierigste ist, den Begriff Bibliothek gut zu verkaufen. Wenn ich in Interviews war, habe ich trotzdem immer nur Information und Medien gesagt, weil ich mit dem Bibliotheksteil gar nicht so wirklich in Berührung gekommen bin, da ich meine Kurse so gewählt habe, dass diese Inhalte nicht darin vorkommen. Es ist einfach eine Richtung, die mich nicht so sehr interessiert. Obwohl ich da auch finde, dass der Studiengang in dem Bereich nicht mehr so viel hergibt. Ansonsten kommt der Master immer besser an als dein Bachelor, klar du hast dich nochmal zwei Jahre länger hingesezt und hast wissenschaftlich gearbeitet. Gerade in höheren Karrierestufen ist es sinnvoll, einen Master zu haben. Um ehrlich zu sein, hätte ich aber auch nach dem Bachelor aufhören und in einer Agentur einsteigen können. Und das ist halt so der Punkt, der

mich zum heutigen Zeitpunkt ein bisschen ärgert. Ich hätte auch damals sagen können, ich steige für das Gehalt, was ich jetzt bekomme in einer Agentur ein. In Agenturen bringt dir der Master erstmal nichts. Aus Unternehmensseite ist das aber was komplett Anderes. Da wirst du häufig auch gar nicht erst eingeladen, wenn du keinen Master hast. Ob mir jetzt wirklich genau dieser Master etwas gebracht hat, kommt halt einfach drauf an, in welche Richtung man gehen will. Meiner Meinung nach bringt der dir nichts, wenn du Designer oder Konzepter werden willst. Dann bist du in diesem Studiengang falsch. Du machst zwar was in der Rich-

tung, aber du brauchst ganz andere Qualifikationen. Aber ich glaube für Projekt und Produktmanagement ist der Master schon echt gut geeignet. Gerade weil es so weit gefächert ist. Für mich war es klar, dass ich einen Master machen will, weil ich das auch noch gebraucht habe, um herauszufinden, was ich eigentlich machen will. Und ich glaube die Aufstiegschancen sind mit einem Master auch besser, wenn du Karriere machen möchtest.

Danke, liebe Nina, für das nette Gespräch.

Das Interview wurde am 18. Dezember 2017 um 16 Uhr in der Agentur Fork geführt.

Selbstständig und angestellt: The Best of Both Worlds

Interview mit *Mario Galla*
Social Media Marketing Manager
bei Zeit Online in Hamburg

VON LOUISA SCHÄFER



Als Mul-Studierender sollte man den Namen Mario Galla zumindest schon einmal gehört haben. Nicht nur, weil er 2014 sein Bachelorstudium an der HAW erfolgreich abgeschlossen hat, sondern weil er eine Person des öffentlichen Geschehens ist. Genauer gesagt: Ein Topmodel mit Handicap. Seit seinem dritten Lebensjahr trägt er eine Beinprothese, was seinem Erfolg als Model aber nicht im Wege zu stehen scheint. Doch dies ist nicht sein einziges Standbein. Mario Galla ist seit zweieinhalb Jahren als Social Media Marketing Manager beim Zeitverlag in Hamburg angestellt. In der Kantine des Zeit-Gebäudes erzählt er mir mehr über seine Karriere in der Medienbranche.

Wie kam es dazu, dass du Medien und Information an der HAW studiert hast?

Mario Galla: Für mich war klar, dass ich einen Medien-Studiengang brauche, weil es das einzige war, was mich interessiert hat und wo ich wusste, dass ich es durchhalte. Das ist so vielfältig und entwickelt sich auch so schnell, dass ich mein Interesse behalte. Bei der HAW habe ich schnell gemerkt, dass die Uni mit ihrem Angebot sehr am Puls der Zeit ist. So gut es für eine Uni eben geht, den Lehrplan anzupassen und Neuerungen zu integrieren. Ich habe mir außerdem zwei Wochen lang den Medienwissenschaften-Studiengang an der Uni

Bei der HAW habe ich schnell gemerkt, dass sie mit ihrem Angebot sehr am Puls der Zeit ist.

Hamburg angeschaut. Der kam mir von den Strukturen her etwas eingestaubt vor. Ich war mir unsicher, wie lange es da dauern würde, bis der Studiengang ein Update erhält. Deswegen fand ich es an der HAW sehr interessant und habe mich dort spontan wohlfühlt.

Jetzt ist schon etwas Zeit seit deinem Abschluss vergangen – wie schätzt du den Studiengang bezüglich der Jobchancen ein?

Ich denke die Frage der Jobchance bei diesem Studiengang ist auch immer die Frage, was man damit letztlich machen möchte. Man ist sehr breit aufgestellt und hat alle erdenklichen Möglichkeiten. Es gibt natürlich auch Leute, die danach keinen Job

finden und nicht wissen, wo es genau hingeht. Schlussendlich liegt es an dir, was du damit machst. Ich habe kurz in einer PR Agentur gearbeitet und schnell gemerkt, dass das ein Feld ist, was mir überhaupt nicht gefällt. Dann bin ich hier zur Zeit gekommen und hätte niemals gedacht, dass ich irgendwann im Online-Marketing arbeiten und es mir so viel Spaß machen würde. Ich habe einfach offen geschaut, was für Möglichkeiten ich habe.

Was für Qualifikationen fehlen dir, bei denen du dir gewünscht hättest, diese im Studium gelernt zu haben?

Was ich merke ist, dass mir klassische Dinge aus dem Bereich BWL fehlen. Gerade im Marketing, was viel mit Zahlen zu tun hat. Aber in meiner Position brauche ich keinen kompletten BWL Studiengang, sondern kann da auch so refinden. Es ist wichtiger, dass man sich allgemein mit den Medien und dem System auskennt. Ich baue eine komplette

Kampagne mit allem was dazugehört selbst. Ich denke mir das Thema der Kampagne aus, baue Homepages selbst, erstelle die passenden Tracking-Links und baue die Banner mit Photoshop. Das heißt ich habe aus dem Studium die notwendigen Skills mitbekommen und sie privat weiter ausgebaut, wie ich sie jetzt brauche.

Mario Galla

... machte seinen Bachelor im Jahr 2014 und hat zuvor bereits eine Ausbildung zum Kaufmann für Bürokommunikation beim NDR absolviert.

Das Set an Fähigkeiten, die man durch das Studium mitbekommt ist sehr gut, gerade in dem Bereich, wo ich momentan arbeite.

Hast du neben dem Studium noch andere Qualifikationen?

Ich arbeite seit zehn Jahren als Model und jetzt auch immer mehr als sogenannter Content-Creator, was ja quasi das neue Wort für Influencer ist. Ich denke mir etwas aus, um die Werbebotschaft einer Marke in den Markt zu tragen. Das ist breit gefächert, das können Vorträge für Unternehmen sein oder klassische Modelkampagnen. Das mache ich auch noch immer nebenbei.

Und wieso nicht hauptberuflich?

Das war tatsächlich längere Zeit mein Hauptstandbein. Ist es auch noch, wenn man es am reinen Ertrag des Geldes misst. Das Leben als Model, bringt eine Zeit lang echt Spaß und ist interessant, aber dazu auch super anstrengend und es fehlt der Input. Mit Bezug auf mein Studium wollte ich zum Model/TV-Kosmos noch eine Parallele schaffen, die mich da rausholt und auf der Ebene ich mich weiterentwickeln kann. Natürlich hätte ich auch eine eigene Agentur gründen können, aber das war mir viel zu komplex und anstrengend. Ich habe eineinhalb Jahre von zu Hause alleine Kunden akquiriert, das war unglaublich intensiv, da ich echt alles alleine machen musste. Das heißt ich musste alle Treffen mit potentiellen Kunden selbst wahrnehmen und habe dabei auch viele Absagen bekommen. Da lass ich mich lieber in ein Unternehmen fallen und schaue, dass ich noch viel lerne. Inzwischen habe ich als Model auch ein Netzwerk und gehe aktiv mit Konzepten für Kampagnen auf Kunden zu. Da merke ich, dass mittlerweile immer mehr beide Felder zusammenführen und ich alle Fähigkeiten, die ich in diesen Bereichen habe, nutzen kann.

Wie sah dein Werdegang nach dem Studium aus?

Ich war nach dem Studium circa zehn Monate als Model selbstständig. Über ein Sponsoring von Audi habe ich jemanden kennengelernt, dem eine PR Agentur gehört. Derjenige hat einen Mitarbeiter für seine Agentur gesucht. In Bezug auf mein Studium wollte ich das gerne mal ausprobieren und schauen, wie es mir gefällt. Ich war Eigenverantwortlich für Kunden wie Audi und HSV, habe viele Events organisiert, die auch am Wochenende betreut werden mussten und hatte dadurch schnell zwölfstunden-Arbeitstage. Ich habe da eine Doppelrolle eingenommen: Zum einen war ich in der Agentur für Audi verantwortlich, zum anderen aber auch für sie als Markenbotschafter unterwegs. Nach sechs Monaten habe ich gemerkt, dass das nichts für mich ist. Ich hatte keine Zeit mehr für alles andere, was ich im Rahmen meiner Selbstständigkeit noch nebenbei gemacht habe.

Wie kamst du zu deinem aktuellen Job bei der Zeit?

Durch Zufall bin ich auf die Anzeige hier bei der *Zeit* gestoßen. Die Stelle war als Aushilfsjob in Teilzeit ausgeschrieben. Für mich war das sehr passend, da ich zunächst auf der Suche nach neuem Input war und in den Arbeitszeiten trotzdem noch flexibel bleiben wollte. Von Beginn an, habe ich gemerkt, dass mir das viel Spaß macht. Ich war in meiner Arbeit super frei und konnte immer alles ausprobieren. Ich war zwar nur als Aushilfe angestellt, aber hatte schon von Anfang an große Verantwortungen. Mein Chef hat mir freie Hand gelassen, viel Vertrauen entgegengebracht und mir gesagt, ich solle meinen eigenen Arbeitsplatz schaffen, wie ich ihn gerne hätte. So habe ich mir diesen immer mehr aufgebaut und irgendwann wurde mein Vertrag so gewandelt, dass ich jetzt fester Mitarbeiter bin. Nichtsdestotrotz habe ich immer darauf geachtet, dass ich für meine Selbstständigkeit Freiräume habe. Ich habe meine klassischen Urlaubstage, aber ich kann dazu auch unbezahlten Urlaub nehmen, wenn ich einen großen Job habe und wegmuss. Das war für mich sehr wichtig: Ich habe immer die Sicherheits-Konstante des normalen Arbeitslebens und zusätzlich die »Special-Boni« aus dem Bereich der Selbstständigkeit. Damit fahre ich bisher sehr gut.

Ich habe die Sicherheits-Konstante des normalen Arbeitslebens und zusätzlich die »Special-Boni« aus dem Bereich der Selbstständigkeit.

Wie würdest du den Aufgabenbereich in deinem aktuellen Job beschreiben?

Es geht darum bezahlte Probe-Abos zu generieren. Dafür denken wir uns als Team Kampagnen aus und ich setze diese für alle Social-Media-Kanäle um. Wenn du ein Banner von der *Zeit* auf Facebook siehst, dann habe ich den höchstwahrscheinlich gemacht und auch geschaltet. Das heißt ich kümmerge mich um alle Kampagnen, die online auf Facebook, Instagram, Twitter und Co. stattfinden. Zu meinen Freunden und Familie sage ich ganz einfach, ich mache Facebook-Werbung für die *Zeit*. Das hört sich nach nicht viel an, aber da steckt einiges hinter.

Dein Bewerbungsprozess klang sehr unkompliziert. Hast du dich nur auf den einen Job hier bei der *Zeit* beworben?

Ich habe mich nur hier beworben, weil das gut zu meiner Lebenssituation passte. Ich habe zusammen mit meiner Partnerin beschlossen, dass wir beide in Teilzeit arbeiten, damit wir mehr vom Leben haben. Der finanzielle Aspekt war nicht im Fokus, weil ich durch mein anderes Standbein immer genug verdient habe. Natürlich ist das eine luxuriöse Position und wenn man in diesem Bereich keinen Druck hat, lassen sich Dinge wie die Jobsuche etwas einfacher

meistern. Wahrscheinlich hat es in dem Bewerbungsgespräch auch so funktioniert, weil ich auf den Job nicht angewiesen war. Trotz Nervosität war ich dadurch definitiv lockerer.

Wie viele Stunden arbeitest du pro Woche?

Am Anfang waren es 25, aber inzwischen arbeite ich 30 Stunden die Woche. Ich habe die Stundenzahl erhöht, weil unsere Abteilung so schnell wächst. Als ich angefangen habe, waren wir drei Leute im Team. Mein Chef, ein Mitarbeiter und ich als Aushilfe. Mitte des Jahres sind wir 11 Leute und das in den zweieinhalb Jahren, die ich hier arbeite. Ich glaube die Entwicklung geht auch so weiter, weil Online-Marketing bei uns ein immer größeres Standbein wird. Demnach bekommen wir immer mehr Ressourcen zur Verfügung gestellt.

Hast du vor noch länger in diesem Job zu arbeiten?

Mein Team ist cool, mein Arbeitsfeld gefällt mir gut. Deswegen sehe ich keine Änderung in naher Zukunft.

Bei dir kann man nicht direkt von Work-Life-Balance sprechen. Würdest du deinen aktuellen Job als einschränkende Verpflichtung beschreiben?

Es ist so eine Mischung aus beidem. Es überwiegt auf jeden Fall, dass es mir Spaß macht. Natürlich, wenn ich morgens um sieben Uhr aufstehen muss, habe ich keine Lust. Aber es ist nie so, dass ich jemals mit Bauchschmerzen zur Arbeit gehe oder mich vor etwas Bevorstehendem drücken möchte. Das entsprach auch absolut nicht meinen Erwartungen. Ich dachte bei der ZEIT laufen alle im Anzug rum und sind stocksteif. Aber ich habe gemerkt, dass das überhaupt nicht so ist und alle super aufgeschlossen und cool sind. Das ist auch ein Grund, warum mir der Job so viel Spaß macht. Natürlich hat man immer mal eine Aufgabe am Tag, die einem nicht so gefällt, aber das ist kein Grund zu sagen, ich arbeite hier nicht weiter. Denn das hast du überall. Auch in meiner Selbstständigkeit treffe ich Kunden, die nerven oder ich habe Jobs, die nicht cool sind, aber womit ich viel Geld verdiene. Solltest du dich in deinem Job aber grundlegend nicht wohlfühlen, ist mein Tipp: Versuche etwas an dem Arbeitsplatz zu ändern oder ziehe weiter.

Schätzt du deine Ausbildung beim NDR als Mehrwert neben deinem abgeschlossenen Studium ein?

Die Ausbildung hat mir eigentlich nur gebracht zu verstehen, wie man sich in so einem Unternehmen bewegen kann. Und generell die Medienlandschaft habe ich dadurch gut kennengelernt. Nach meiner Ausbildung war ich für eine kurze Zeit in der Nachrichtenredaktion angestellt. Da habe ich gelernt, dass ich niemals Redakteur werden will und das war sehr wichtig für mich. Mit dem Ansatz habe ich auch

das Studium begonnen. Zu Beginn wurde uns im Studium häufig gesagt, dass dies nicht das passende Studium für anstrebende Journalisten sei. Und ich dachte: Dann bin ich hier genau richtig.

Du hast schon einen recht umfassenden Einblick in die Medienbranche - Wie würdest du die Entwicklungen einschätzen?

Gerade durch die Digitalisierung gibt es in der Medienlandschaft monatlich neue Entwicklungen am Markt, die ich auch selbst wahrnehme. Es verändert sich, wie die Leute damit umgehen. Die sozialen Medien werden noch gesellschaftsfähiger. Das ist für mich cool, weil ich diese tagtäglich nutze, damit arbeite, Menschen in unser ZEIT-Kosmos hole und diese als Abonnent werbe. Objektiv betrachtet finde ich es eher erschreckend, weil die Nutzer keinen Abstand davon nehmen und gucken, was wir hier eigentlich machen. In der Gesellschaft geht es nur noch darum, was aufmerksamkeitsstark ist, was Reichweite hat. Das stoppt nicht im privaten Bereich. Da bin ich auf einem zweischneidigen Schwert unterwegs. In meiner Position für die ZEIT kann ich das gutheißen, in meiner Position als Privatmensch bin ich teilweise darüber erschrocken.

In der Umfrage haben wir nach dem goldenen Tipp für uns Studierende gefragt. Was ist deiner für uns?

Ich würde empfehlen seinen Interessen nachzugehen. Das zu machen, wofür man eine Affinität hat. Vielleicht merkt man auch irgendwann, dass die Medienbranche doch nichts für einen ist. Und dann würde ich auch dazu raten etwas ganz Anderes zu machen. Sei es Biologie zu studieren oder einen Kiosk aufzumachen. Ich selbst bin ein Bauchgefühl-Mensch. Ich habe nie gesagt ich muss Medizin studieren, weil ich weiß, dass man als Arzt viel Geld verdienen kann. Ich wollte etwas studieren, was mich interessiert und das waren eben Medien. Daran habe ich bis heute nicht das Interesse verloren. Deswegen rate ich, mach das, was dich wirklich interessiert und schau nicht zu viel aufs Geld.

Mario Galla hat in der Medienbranche bereits viele Erfahrungen sammeln können und zeigt, dass man sich als Mul-Absolvent vor dem Berufseinstieg nicht fürchten braucht.

- *Besonders im Online-Marketing lassen sich die Inhalte des Mul-Studiengangs gut anwenden.*
- *Berufliche Entscheidungen sollten immer nach persönlichem Interesse getroffen werden.*
- *Mul-Absolventen sind breit aufgestellt und haben dadurch viele Möglichkeiten.*

Das Interview wurde am 15. Januar 2018 um 11 Uhr in der Kantine der Zeit geführt.

Der Mix macht's Zwischen Online-Marketing und Direktmarketing

Interview mit *Julia Delda*
Online Marketing Manager
bei der adzLocal GmbH in Hamburg

VON MELANIE WESTPHAL



Quelle: XING.DE 2017

Julia ist 29 Jahre alt, hat ihren Bachelor in Medien und Information an der HAW Hamburg 2011 abgeschlossen und im Anschluss 2014 ihr Masterstudium in Medienkultur an der Uni Bremen absolviert. Fast direkt nach dem Studium begann sie ein einjähriges Traineeship im Online-Marketing einer kleineren Online-Marketing-Agentur. Danach ist Julia eine (Online-)Marketing-Stelle in einem mittelständischen Unternehmen, einem Schreibgerätehersteller, angetreten. Dort ist sie nun seit mittlerweile 1,5 Jahren beschäftigt.

Julia, du arbeitest mittlerweile seit Ende 2015 bei der adzLocal GmbH im Online-Marketing. Hattest du schon immer vor, in dieser Branche zu arbeiten?

Julia Deldar: Mein Ziel war es tatsächlich im Online-Marketing zu arbeiten. Heute bestehen meine Tätigkeiten zu circa 50 Prozent aus Online-Marketing und 50 Prozent klassischem und Direktmarketing. Ich finde die Mischung sehr gut und würde mich durch die positiven Erfahrungen beim nächsten Mal nicht unbedingt (nur)

auf eine Online-Marketing-Stelle bewerben. Das Interesse an den anderen Bereichen ist gewachsen.

Julia Deldar rät bei einem Vorstellungsgespräch ...

... gebt euch so wie ihr seid und verstellt euch nicht, dann passt es für beide Seiten.

Wie bist du zu deinem derzeitigen Job gekommen?

Meinen derzeitigen Job habe ich durch eine Bewerbung auf eine Stellenausschreibung auf der Online-Plattform stepstone.de bekommen.

Würdest du mir etwas genauer von dem Bewerbungsprozess erzählen? Gibt es etwas Besonderes zu beachten? Hast du einen Geheimtipp? Was meinst du, womit konntest du beim Vorstellungsgespräch überzeugen?

Die Bewerbung lief in zwei Runden. Man sollte sich gut über das Unternehmen vorab informieren und nur passendes beziehungsweise relevantes in die

Bewerbung schreiben und erzählen. Unternehmen wollen nicht alles hören, was ihr jemals gemacht habt. Nicht nur ihr müsst zum Job passen, auch der Job zu euch. Gebt euch so wie ihr seid und verstellt euch nicht, dann passt es für beide Seiten. Ich glaube es ist immer gut eine besondere Affinität zu dem beziehungsweise Begeisterung für das zu haben, was ihr macht – auch wenn es »nur« die Produkte sind, wie bei mir.

Du sagtest, dass sich dein Interesse in dem Bereich durch deinen Beruf noch intensiviert hat – kannst du dir also auch vorstellen zukünftig in dieser Branche weiter zu arbeiten?

Ich möchte auch zukünftig im Marketing-Bereich bleiben. Die Kreativbranche, in der ich nun tätig bin, und die Bewerbung von Kreativprodukten ist für mich persönlich ein sehr spannendes Feld und auch dort würde ich gerne bleiben.

Nicht nur ihr müsst zum Job passen, auch der Job zu euch.

Ich würde gerne auch etwas genauer von deinem aktuellen Job erfahren. Wie sieht beispielsweise ein typischer Arbeitstag bei dir aus?

Diese Frage ist schwer zu beantworten und gerade das gefällt mir sehr an meinem Job. Insgesamt ist die Arbeit stets projektbezogen und dabei laufen immer verschiedene Projekte parallel, die in ver-

schiedenen Phasen sind. Ein Beispiel: Ein neues Produkt ist gerade auf den Markt gekommen, sagen wir ein Glitzerstift. Das Produkt wird bald in den Läden stehen, dazu müssen Displays und Aufsteller für die Läden designt werden. Auch Flyer, Poster oder sonstige Drucksachen zur Bewerbung. Vorher muss man sich genau Gedanken über die Zielgruppe machen. Ist er eher für Kinder geeignet oder mehr für (Hobby-)Künstler? Dabei spielen Preis und Design etc. eine Rolle, außerdem werden Wettbewerbsprodukte getestet um die eigenen USPs ausfindig zu machen. Das geschieht alles in der Marketing-Abteilung. Es geht die erste Online-Bewerbung los: Postings auf Instagram, neuer Teaser auf der Website, das Produkt wird in den Online-Shop gestellt, auf Amazon angelegt etc. Letztlich gibt es einige Messen im Jahr, zu denen ich mitfahre und Neuheiten vorstelle.

Das klingt, als würde dein Job abwechslungsreich sein. Gehst du morgens gern zur Arbeit?

Worauf freust du dich am meisten, wenn du zur Arbeit gehst?

Ich gehe morgens sehr gerne zur Arbeit und dies seit ich meinen jetzigen Job habe. Dies war leider nicht immer so. Die Erfahrungen aus dem Traineeship in der Online-Agentur waren leider nicht sehr positiv, sodass ich meinen Job jetzt zu schätzen weiß. Vor allem die schlechte Teamsituation und das Thema Ausnutzung, geringe Wertschätzung und ein starres System haben dazu geführt. Ich freue mich heute am meisten auf das Marketing-Team, die gemeinsamen kreativen Brainstormings, das Ausprobieren und Entdecken neuer Produkte sowie die im Anschluss daran folgende Phase, in der ich eigenständig meine Ideen dazu ausarbeiten kann.

Wenn du sagst, du weißt deinen Job, auch aufgrund der negativen Erfahrungen, sehr zu schätzen: Kannst du dir vorstellen, deinen jetzigen Job für den Rest deiner beruflichen Laufbahn auszuüben?

Im Moment kann ich mir das wirklich vorstellen. Das Unternehmen lässt mir viele Freiheiten mich den Themen zu widmen, bei denen ich Trendpotenzial sehe, so gibt es immer neue Projekte und es wird nicht so schnell langweilig. Dies ist vor allem auch dadurch bedingt, dass ich mich privat für Kreativ-Produkte begeistere und sie nutze.

Stelle einmal die positiven den negativen Aspekten gegenüber. Wie würdest du deine Arbeit beschreiben, wenn du einen alten Freund wiedertriffst? Erzählst du voller Stolz und Zufriedenheit oder kannst du die ein oder andere lästige Tätigkeit nicht für dich behalten?

Ich erzähle gerne und mit Begeisterung. Meine Freunde haben mich sehr unglücklich im alten Job erlebt, der für andere sicher ein guter gewesen

wäre, aber zu meiner Persönlichkeit einfach nicht gepasst hat. Nun kann ich kreativ sein und muss mich dabei nicht in vorgegebenen Bahnen bewegen und habe viel Freiraum, das macht mich sehr zufrieden und ich schätze diese Möglichkeit.

Was macht deinen aktuellen Job zu etwas Besonderem?

Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz in Japan, die Geschäftsführer aller weltweiten Niederlassungen sind auch Japaner und ich konnte bereits viel von der berühmten japanischen Unternehmenskultur kennenlernen.

Was sind Dinge, die dich im Arbeitsalltag zum Lachen bringen?

Meine Kollegen, positives Feedback, gelungene Kooperationen mit Kunden, Verlagen anderen Kreativen etc.

Wie würden die nächsten Schritte auf der Karriereleiter in deinem aktuellen Job aussehen?

Es ist möglich größere Projekte zu übernehmen, mehr Verantwortung in der Marketing-Abteilung selbst zu übernehmen, aber auch in Bezug auf die Zusammenarbeit mit den europäischen Partnern. Ich möchte diese Möglichkeiten gerne nutzen.

Was liebst du an deinem Job? Was gefällt dir an deinem Job besonders gut? Würdest du die Work-Life-Balance in deiner Branche als ausgeglichen beschreiben? Wie sorgst du für eine ausgeglichene Work-Life-Balance in deinem Alltag?

Ich liebe an meinem Job, dass er abwechslungsreich ist. Ich mache keinen Tag dasselbe. Es sind zwar immer dieselben Projektphasen im Ablauf, aber die Produkte sind immer andere und ich bin mit jedem Projekt in einer anderen Phase. Sehr spannend war

*ich gehe jeden Tag gerne zur Arbeit.
Das ist nicht selbstverständlich.*

für mich auch, dass ich immer mehr ins Direktmarketing auf Messen einsteigen durfte. Ich empfinde die Work-Life-Balance als ausgeglichen. Dies liegt vor allem an den Arbeitszeiten: Ich habe gegen 17 Uhr Schluss. Dann kann man noch einkaufen, zum Sport gehen, Freunde treffen, Behörden erreichen und sonstige Erledigungen machen. Mir hilft es für die Ausgeglichenheit sehr, nicht nur von zu Hause zur Arbeit und zurück zu pendeln, sondern außerhalb dieser Orte noch Zeit zu haben, etwas zu unternehmen. Überstunden fallen nur auf Messen an. Im alten Job bin ich im Schnitt nicht vor 19:30 Uhr aus dem Büro gekommen und habe jeden zweiten Tag erhebliche Überstunden gemacht. Ich kann aber in beiden Fällen nicht für die gesamte Branche sprechen. Es hängt stark vom Unternehmen ab.

Wenn wir nun einmal etwas Abstand von deinem Job nehmen und die Branche unter die Lupe nehmen, würdest du sie als derart schnelllebig bezeichnen, wie sie oft dargestellt wird oder was ist deine persönliche Einschätzung?

Ich würde die Branche als beständig bezeichnen. Es wird trotz Internetzeitalter wieder immer mehr kreativ und analog gearbeitet zum Ausgleich und neue Trends entstehen. Trotzdem geht die Entwicklung dahin, dass wir unsere Produkte mehr online vertreiben als stationär im Einzelhandel.

In unserer Umfrage haben wir die Alumni nach dem Goldenen Tipp für die Studenten gefragt – was lautet dein Tipp an sie?

Überlegt nicht nur, was ihr »gerne macht«, sondern wie ihr gerne arbeitet. Ich habe in Agentur und Unternehmen ähnliche Aufgaben gehabt, aber für einen anderen Zweck, für andere Kunden, in einem anderen Branchenumfeld. Kreativ für viele Kunden und mit Zeitlimits zu arbeiten ist zum Beispiel etwas Anderes als für ein und dasselbe Unternehmen in langfristigen Projekten.

Überlegt nicht nur, was ihr gerne macht, sondern wie ihr gerne arbeitet

Und was denkst du, was macht dich als guten Arbeitnehmer aus?

Ich stehe voll und ganz hinter den Produkten und bin von der Qualität überzeugt. Daher fällt es mir leicht sie zu bewerben und zu zeigen, was man damit machen kann. Ich halte meinen Arbeitgeber für sehr sozial und arbeitnehmerfreundlich und stehe daher sehr loyal hinter dem Unternehmen.

Was darf dann für dich an deinem Arbeitsplatz nicht fehlen, damit du motiviert und glücklich arbeiten kannst?

Gute und verlässliche Kollegen. Ich möchte kein Einzelbüro haben, indem ich alleine arbeiten muss, sondern lasse mich gerne auf Teamwork ein.

Jetzt würde ich gerne noch einmal den Bezug zum Studium herstellen und dich dazu etwas fragen. Welche im Studium gelernten Inhalte wendest du noch heute in deinem Job an?

Zielgruppenbestimmung, Wettbewerbsanalysen, Programme wie Content-Management-Systeme, Photoshop, analytisch über Designs schauen, Suchmaschinenoptimierung etc. Es findet sich doch vieles wieder. Man lernt es irgendwie neu im Job mit den jeweiligen Anforderungen, aber hat alles schon einmal gehört.

Und was meinst du, welchen Mehrwert das Studium an der HAW für dich hatte?

Ich glaube ein großer Mehrwert ist das Verständnis für die Branche und die Sichtweise darauf. Auch ein Grundverständnis der Medienlandschaft allgemein

und der verschiedenen Tätigkeiten/ Berufsfelder darin, die an bestimmten Stellen aufeinander treffen. Auch ein BWL-Studierter kann Marketing, aber ist vielleicht auf andere Schwerpunkte fokussiert. Mir hat mein Grundverständnis zur Projektleitung eines europäischen Website-Projekts verholten, das ich koordiniert habe.

Hast du neben dem Studium an der HAW noch weitere Qualifikationen wie eine Ausbildung, Praktika, Auslandserfahrungen, die im Lebenslauf eine große Bedeutung haben?

Ich habe immer neben dem Studium gejobbt, als studentische Hilfskraft im Verlag, bei einem Sender, an der Uni etc. Ich habe das Praxissemester für zwei Praktika genutzt und nach dem Bachelor, den Master studiert, ein Semester davon im Ausland, auf einer längeren Reise Sprachpraxis gesammelt. Mich hat jede Station menschlich und fachlich weitergebracht. Auch die Zeit in der Agentur, auf die ich lange nicht gerne zurückgeschaut habe.

Abschließend würde mich interessieren, wie du – mit etwas Abstand und Berufserfahrung durch die letzten Jahre – den Studiengang Medien und Information bezüglich der Jobchancen einschätzt?

Ich schätze die Inhalte des Studiums als relevant für den Arbeitsmarkt ein und sie haben mich sehr weitergebracht. Allerdings bin ich viel auf Unverständnis darüber gestoßen, was ich den eigentlich studiert habe. Mit der Studiengangbezeichnung konnten wenige etwas anfangen, man musste lernen eine Erklärung parat zu haben, in welche Richtung das Studium geht. Leider war die Hürde von der Hochschule an die Uni für den Master zu wechseln auch nicht ganz leicht. Es musste für einige Studiengänge eine bestimmte Anzahl Credit Points in bestimmten Bereichen vorliegen. Durch die vielen Fächer und die Vielfalt an Aspekten, die durch die Fächer an der HAW abgedeckt wurden, kamen in keinem Bereich genug zusammen, außer man hat sich wirklich Mühe gegeben und begründet welche Fächer eigentlich alle zu einem Bereich gehören. Das fand ich damals sehr schade. An einem Masterabschluss hängen ja auch Jobchancen.

Durch das Interview mit Julia Deldar ist deutlich geworden, dass der Studiengang Medien und Information ein gutes und breitgefächertes Fundament für viele verschiedenen Berufszweige darstellen kann. Auch Auslandserfahrung und Praktika helfen einem auf dem Weg zum Wunschberuf weiter, ob als Negativbeispiel oder als Bestätigung für die Bereiche, die einen ohnehin interessiert haben.

Das Interview wurde am 16. Januar 2018 um 20 Uhr per Telefon geführt.

Muss es immer ganz oder gar nicht sein? Eine halbe Leitungsstelle

Interview mit *Isabelle Jährig*
Leiterin
bei der Bücherhalle Bergedorf

VON SOPHIE PETERSEN UND LIESA ENGEL



Für das Interview hat Isabelle Jährig zu sich nach Hause in Barmbek eingeladen. In einer gemütlichen Atmosphäre erzählt die ehemalige Masterstudentin von ihrem Arbeitsleben in der Bücherhalle Bergedorf und von ihrem Studium. Ihren Hund Benson, der eine spezielle Rolle bei ihrer Arbeit spielt, konnten leider nicht dabei sein, aber die Geschichten dazu haben wir uns mit Begeisterung angehört.

Erzähl doch einfach Mal, wer du bist und was du machst.

Isabelle Jährig: Ich arbeite als Bibliothekarin in der Bücherhalle Bergedorf und habe dort auch die halbe Leitung inne. Mit der anderen Hälfte bin ich sozusagen Langzeitvertretung in allen anderen Hamburger Bücherhallen.

Und wie bist du zu deinem jetzigen Job gekommen?

Es hat sich irgendwie so entwickelt. Es hat schon in der Schule angefangen: dort habe ich in der Schulbibliothek gearbeitet und in der 12. Klasse ein Praktikum in einer wissenschaftlichen Bibliothek gemacht. Während des Bachelorstudiums an der HAW

habe ich mein Praxissemester aufgeteilt. Ich war ein Vierteljahr in einer öffentlichen Bibliothek und die zweite Hälfte nochmal in einer wissenschaftlichen. Beides hat

seine Reize, wobei ich einfach mehr der öffentliche Bibliothekstyp bin. Ich habe mich nach dem Bachelor bereits bei einigen Bibliotheken beworben, aber ich hatte zu dem Zeitpunkt mein Zeugnis noch nicht in der Hand. Dass ich es nicht schriftlich hatte, machte es sehr schwierig. Um keinen Leerlauf zu haben, habe ich mich entschieden, noch den Master zu machen. Am Ende des dritten Semesters habe

ich die Stellenausschreibung von der Bücherhalle Bergedorf gelesen. Das war direkt bei mir um die Ecke, aber ich erfüllte nur etwa 40 Prozent der Stellenausschreibung. Ich hätte mich aber geärgert, wenn ich mich nicht beworben hätte. Im Endeffekt habe ich die Stelle dann sogar bekommen und meine Masterarbeit parallel dazu geschrieben.

»Ich erfüllte nur etwa 40 Prozent der Stellenausschreibung.

Und warum glaubst du, wurdest du trotzdem genommen, obwohl du so wenig Leitungserfahrung hattest?

Also zum einen hat es bestimmt auch damit zu tun, dass die Bibliotheken junge Leute gesucht haben. Das Durchschnittsalter der Bücherhallen ist recht hoch. Ich weiß aber nicht, wie alt meine Mitbewerber waren. Ich kannte den Stadtteil gut, da Bergedorf nicht weit weg ist von dort, wo ich gewohnt habe. Und ich habe wohl einen ganz guten Eindruck gemacht.

Und meinst du, es hat dir auch dabei geholfen, dass du dein Studium an der HAW gemacht hast?

Also ich weiß, dass die HAW einen recht guten Ruf bei den Bibliotheken hat. Aber ob das jetzt wirklich direkt daran lag, weiß ich nicht. Dass ich dabei war, den Master an der HAW zu machen, hat jedoch sicherlich bei der Berücksichtigung für die Leitungsstelle geholfen. Die Masterleute sind ja eher die, die in Führungspositionen kommen – theoretisch. Zumindest gehe ich davon aus, dass man mit dem

Isabelle Jährig

... hat im Januar 2014 den Master Informationswissenschaft und -management beendet. Zuvor hatte sie den Bachelor an der HAW in Bibliotheks- und Informationswissenschaft gemacht.

Master mehr Chancen auf eine Führungsposition hat. Aber ich glaube auch, dass man sich das über Erfahrung auch erarbeiten kann, wenn man beweist, dass man auch mehr kann.

Wie kann man sich »Führungs- und Leitungsaufgaben« in einer Bibliothek vorstellen?

Wir sind inklusive mir neun Teammitglieder. Davon sind drei Bibliothekare (einer Vollzeit, zwei halbtags). Der Rest sind Fachangestellte für Medien und Information. Meine Aufgabe ist es, dass jeder weiß, was er am Tag zu tun hat. Controlling ist wichtig, sowie Etatplanung und dass dieser eingehalten wird. Im Jahr 2020 werden wir wahrscheinlich umziehen. Auch da bin ich schon ein bisschen mit beschäftigt, auch wenn das meiste in der Hauptverwaltung besprochen wird. Aber man selbst kennt seine Kunden am besten und weiß, was sie brauchen und wollen.

Wie sieht denn konkret dein Tagesablauf aus?

Es gibt keinen richtig typischen Tagesablauf in der Bibliothek. Man kommt morgens in die Bibliothek und muss zuerst die Medien in die Regale sortieren oder aufräumen. In kleinen Bibliotheken ist es auch mal Aufgabe der Bibliothekare dabei mitanzupacken. Klar, habe ich auch da meine Bibliotheksangestellten, deren Hauptaufgabe es ist, aber da

Das A und O: schauen, ob die Technik funktioniert.

wäscht eben eine Hand die andere. Dann hat man es oft, dass man eine Veranstaltung vorbereiten muss, zum Beispiel das Bilderbuchkino. Da muss man auch Sitzgelegenheiten für die Kinder aufbauen und das Smartboard checken. Immer vorher schauen, ob die Technik funktioniert – das A und O. Irgendwann fängt dann der reguläre Betrieb an und dann kommen die Kunden, auf die man sich nicht vorbereiten kann. Von »Wo ist das Buch mit dem blauen Cover« bis hin zu »Wo ist hier die Toilette« ist echt alles dabei.

Im Zusammenhang mit dem Studium: was würdest du sagen, welche Inhalte des Masters haben dir für deinen jetzigen Job am meisten geholfen?

Alles ein bisschen. Theorie und Praxis sind sehr unterschiedlich. Es waren eher die Grundlagen, die man durch das Studium bekommt. Ich hatte den Kurs Eventmanagement, da haben wir zum Beispiel für den einen Weihnachtsmarkt in der Uni etwas organisiert. Mir hat das eher nicht geholfen. Wir haben die Theorie durchgesprochen, aber die Praxis sieht dann schon ganz anders aus. In der Bibliothek gibt es ja schon bestehende Formate und man selbst muss dann gucken, ob man da auch noch etwas Neues entwickeln kann. Was ich zum Beispiel

in der Bücherhalle in Bergedorf eingeführt habe, ist »Lesen mit Hund«.

»Lesen mit Hund«? Wie darf man sich das vorstellen?

Leseschwache Kinder haben oft das Problem, dass sie in der Klasse ausgelacht werden oder gehänselt und dann haben sie erst recht keine Lust mehr, ein Buch in die Hand zu nehmen. Wenn ich aber ein Kind habe, das gerne Zeit mit einem Hund verbringt, dann kann ich zu ihm sagen: »Wenn du das Buch in die Hand nimmst und dem Hund vorliest, dann darfst du

auch Zeit mit dem Hund verbringen«. Dann sagt sich das Kind meist, dass es dann doch das Buch nimmt. Und das Kind liest

dem Hund vor und der Hund ist einfach nur da. Er lacht nicht, er urteilt nicht, sondern hört einfach nur zu. Das Kind hat dann peu a peu Erfolgserlebnisse mit dem Buch, findet das Buch auch besser und nimmt dann irgendwann das Buch auch von selbst in die Hand, ohne den Hund. So fördert es seine Lesekompetenz von ganz allein, weil es einfach Zeit mit dem Buch verbringt. Ich habe das Programm jetzt noch erweitert, indem ich ein Bilderbuchkino mit Hund durchführe. Um den Kindern zu zeigen, dass man auch Spaß in der Bücherhalle haben kann. Viele Kinder haben dieses verstaubte Image von der Bibliothek im Kopf. Aber wenn ich dann was Cooles in der Bibliothek erlebe und dann vielleicht auch noch an einem coolen Buch vorbeilaufe, von dem ich gar nicht gedacht habe, dass es so etwas hier gibt. Dann habe ich schon gewonnen. Denn dann kommt das Kind wieder.

Und das funktioniert auch mit einem Hund in der Bibliothek?

Das ist mein eigener Hund. Das war ein Zufallsprodukt. Ich wollte mein Hobby, den Hund mit meinem Beruf der Bibliothekarin etwas besser in Einklang bringen. Ich habe zufälligerweise einen Artikel aus Amerika gelesen, wo jemand so etwas gemacht hat. Ich habe nie gedacht, dass es weiterkommt, weil in

Lesen mit Hund

Isabelle Jährgig hat dieses Projekt in ihrer Bücherhalle eingeführt, um lese-schwache Kinder zu fördern. Das Kind liest dabei dem Hund vor.

Mein Hund ist ideal für den Job.

den Bücherhallen Hunde eigentlich nicht erlaubt sind. Aber irgendwie fanden das alle ganz witzig. Irgendwann hat die Betriebsleitung gesagt, dass ich das ausprobieren kann, wenn alle im Team damit einverstanden sind, dass der Hund da ist. So hat sich das dann entwickelt.

Was ist dir persönlich an einer Arbeitsstelle am wichtigsten?

Die Bezahlung ist nicht unwichtig. Ich muss von dem Geld leben können und es muss in Relation zu dem stehen, was ich leiste. Dies ist im öffentlichen Dienst schwierig, da es Tarifverträge gibt, aber auch da können sich die Verträge entwickeln. Dann muss auch die Harmonie im Team da sein und man muss auch Spaß an der Tätigkeit haben, weil man es ein paar Jahre lang machen muss.

Gibt es auch etwas, dass bei der Arbeit eher störend ist?

Es gibt leider durchaus Kunden, die denken, sie seien der König schlechthin und man habe alles zu tun, was sie wollen. Aber alles hat seine Grenzen. Klar,

ich bin Dienstleister und für die Kunden da, aber nicht für alles. Das passiert, wenn die Kunden vergessen, dass sie es mit Menschen zu tun haben. Die gibt es aber in jedem Job und

Veranstaltungen in den Bücherhallen

Isabelle Jährgig veranstaltet während ihrer Arbeit in der Bücherhalle Bergedorf regelmäßig Events, vor allem für Kinder. Ein Beispiel ist der Bergedorfer Kindertag im September letzten Jahres (BÜCHERHALLE BERGEDORF 2017).

so auch bei den Bücherhallen. Das sind halt die weniger schönen Momente. Als Leitung ist es dann auch meine Aufgabe, so etwas von meinen Mitarbeitern fern zu halten.

Im Fragebogen hattest du angegeben, dass der IT-Bereich immer wichtiger wird und dass du deinen Job in fünf Jahren so nicht mehr durchführen kannst, wenn sich das nicht verändert? Magst du das nochmal erläutern?

Ja, also es verändert sich sehr viel. Wir haben in letzter Zeit auch sehr viele Automaten bekommen. Also Selbstverbuchungsautomat, Rückgabeautomat, und dann kam der Kassensautomat. All diese Geräte müssen auch gepflegt werden. Dafür gibt es auch eine EDV-Abteilung, aber es ist schon so, dass man erstmal selbst guckt, ob alles klappt. Es gibt Kunden, die Probleme mit dem Computer haben, sei es der Stick wird nicht erkannt oder »Können Sie mir mal Google erklären?«. Wir haben in der Bibliothek ja auch die Onleihe, bei der man E-Books ausleihen kann. Das ist, wenn man das das erste Mal macht, auch etwas komplizierter. Und nicht jedes Buch haben wir immer vor Ort, da gibt es Datenbanken, in denen man suchen kann und sich das Buch dann online anschauen kann – aktueller, schneller und kostenfrei. Es wird alles halt technischer.

Gibt es denn für dich einen Plan B zur Bibliothek?

Ich hatte nie einen Plan B. Ich habe auch nie gedacht, dass ich eine Leitung haben werde. Ich bin da so reingerutscht. Das ist mein Traum vom glücklich sein, das kann bei anderen ganz anders aussehen.

Andere können eine »Karrierefrau« sein, aber das war nie mein Bestreben. Ich bin froh, dass ich das erreicht habe, was ich erreicht habe, darauf bin ich auch stolz. Ich habe gerne mit Menschen zu tun und das ist mir auch wichtig. Ich bin kein Mensch, der nur im Archiv sitzt und Akten wälzt, weil ich zwar meine Stärken kenne, aber man sollte auch seine Schwächen kennen und das tue ich. Das wäre auch nicht verkehrt in der Uni zu lernen: sich selbst gut verkaufen zu können und seine Stärken so zu präsentieren, dass die Schwächen nicht auffallen.

Apropos Uni: Hat dir der Bachelor mehr geholfen als der Master oder war es vielleicht die Kombination aus beiden?

Ich würde mal vermuten, dass der Bachelor ein bisschen praxisorientierter ist. Das kommt natürlich darauf an, welche Projekte und Praktika man wählt. Da ist man auch sich selbst ein wenig des Glückes Schmied. Der Master deckt dann mehr den Forschungsaspekt ab. Auch da kommt es darauf an, wie man sich in den Wahlmodulen spezialisiert. Ob das nun jeder machen muss, bleibt jedem selbst überlassen. Bei mir hat es sich ja einfach so ergeben. Aber ob ich davon nun so viel für meine jetzige Tätigkeit mitgenommen habe – ja, wenn es darum geht, wissenschaftlich zu arbeiten. Meinen Job hätte ich wahrscheinlich auch machen können, ohne den Master gemacht zu haben.

Der beste Lehrer ist immer noch das Leben.

Gab es beim Bachelor oder Master noch Sachen, die du dir gewünscht hättest oder was dir noch geholfen hätte?

Ja, zum Beispiel sowas wie Innovationsmanagement und Arbeitsrecht. Klar, die Bücherhallen haben einen Betriebsrat, der auch für die Mitarbeiter da ist, aber es ist nie verkehrt, seine und die Rechte der Mitarbeiter zu kennen. Und im Informatikbereich hatte ich im Bachelor zwar so etwas wie Homepage-Programmierung mit HTML und CCS und ein bisschen JavaScript– dies habe ich aber nie gebraucht. Es wäre nett gewesen, stattdessen noch zu lernen, welche unterschiedlichen Bibliotheksprogramme es in den öffentlichen und wissenschaftlichen Bibliotheken gibt.

Gibt es vielleicht etwas, was du im Nachhinein anders gemacht hättest?

Ja, ich habe mich in meinem Studium sehr auf Bibliothek ausgerichtet. Selbst wenn man da sehr großes Interesse dran hat, wie ich, sollte man, um

Isabelle Jährgig:

»Mein Job ist etwas für dich, wenn du offen für Neues bist und damit klarkommst, dass du Dienstleister für jemanden bist. Außerdem musst du mit Menschen reden können.«

flexibel zu bleiben, auch andere Wahlkurse belegen. Ich will damit nicht sagen, dass die Bibliothek ausstirbt, keinesfalls. Aber man sollte die Möglichkeit eines zweiten Standbeines haben, so dass man sich entwickeln kann und der Lebenslauf nicht »Bibliothek« schreit.

Möchtest du abschließend noch etwas loswerden?

Ich denke, es ist wirklich wichtig, dass man offen ist, aber man sollte auch wissen, wo seine Grenzen sind. Die vielen Möglichkeiten können schwierig sein. Das ist der Fluch und Segen zugleich an den Studiengängen: als Diplombibliothekar wusste man, ich arbeite entweder in einer wissenschaftlichen oder öffentlichen Bibliothek oder in einem Archiv. Aber der Studiengang hat so viele Möglichkeiten. Mein Weg ist ja nun die klassische Möglichkeit, aber Kommilitonen von mir sind ganz woanders gelandet. Eine ist in einem Startup-Unternehmen im IT-Bereich gelandet. So kann es auch gehen. Man muss wissen, was man haben will und vielleicht auch bereit sein, zu entdecken. Dafür sind Praktika oder Werkstudenten-Jobs hilfreich, dass öffnet einem schon viele Türen.

Isabelle Jährlig ist für uns das Beispiel, dass man auch, wenn man nicht hundertprozentig auf eine Stellenausschreibung passt, dennoch geeignet sein kann und selbst in jungen Jahren schon eigene Projekte initiieren kann.

- *Man sollte sich immer bewerben, wenn man einen Job gerne haben möchte, auch wenn man die Stellenausschreibung nicht zu 100 Prozent erfüllt.*
- *Für den Job der Bibliothekarin muss man offen sein und auf Menschen zugehen können.*
- *Der Master bildet Führungskräfte aus.*
- *Es ist gut, wenn man sich im Studium nicht nur auf einen Bereich spezialisiert, sondern flexibel für weitere Möglichkeiten bleibt*

Das Interview wurde am 21. Dezember 2017 um 13 Uhr persönlich geführt.

Als Produktmanager bei der Zeit Journalistische Produkte und Freiheit fördern

Interview mit *Dorothee Wagner*

Produktmanager

in der Anzeigenabteilung der Zeitverlag Gerd Bucerius GmbH & Co. KG in Hamburg

VON SOPHIE PETERSEN UND JENNIFER TRUNSCHEL



Quelle: Dorothee Wagner

Julia ist 29 Jahre alt, hat ihren Bachelor in Medien und Information an der HAW Hamburg 2011 abgeschlossen und im Anschluss 2014 ihr Masterstudium in Medienkultur an der Uni Bremen absolviert. Fast direkt nach dem Studium begann sie ein einjähriges Traineeship im Online-Marketing einer kleineren Online-Marketing-Agentur. Danach ist Julia eine (Online-)Marketing-Stelle in einem mittelständischen Unternehmen, einem Schreibgerätehersteller, angetreten. Dort ist sie nun seit mittlerweile anderthalb Jahren beschäftigt.

Beschreibe doch kurz deinen Job. Was muss man dafür mitbringen, was sind die Haupttätigkeiten?

Dorothee Wagner: Der größte Teil ist tatsächlich die Koordination von Projekten und Einhaltung von Timings. Inhaltlich setze ich mich immer wieder mit der Branche und unseren Projekten und Zielgruppen auseinander.

Im Fragebogen hast du angegeben, dass du deinen jetzigen Job durch dein Praktikum bekommen hast. Wurde dir die Stelle angeboten oder hast du dich darauf beworben?

Ich habe mich aktiv beworben.

Glaubst du dein Praktikum bei der Zeit hat dir geholfen deine jetzige Arbeitsstelle zu bekommen?

Auf jeden Fall, ich denke, dass Kontakte und eine Vorerfahrung in einem Bereich immer von großem Vorteil sind, da man vieles kennt und die Einarbeitungsphase nicht ganz so intensiv ist.

Warst du dir auch vor dem Praktikum sicher, dass du in die Verlagsbranche wolltest?

Jein. Ich habe mich in mehrere Richtungen beworben: Projektmanagement und redaktionelle Stellen. Ich kann mir immer noch beides, oder einen Mix aus beidem vorstellen.

Gibt es noch andere Erfahrungen, die du zuvor gemacht hast, die dir für den Job geholfen haben? Welche Faktoren glaubst du waren noch entscheidend für deinen Erfolg bei der Bewerbung?

Gut war auf jeden Fall, dass ich zuvor eine kaufmännische Ausbildung gemacht habe und dadurch auch zusätzlich zum Praktikum Arbeitserfahrung in einem weiteren Bereich hatte.

Was für eine Ausbildung hast du denn zuvor abgeschlossen? Hatte sie auch mit Medien zu tun?

Ja. Ich habe eine Ausbildung zur Medienkauffrau für audiovisuelle Medien gemacht, bei der Edel AG. Mit dem Studium wollte ich meine Kenntnisse weiter ausbauen. Die Ausbildung hat mir da nicht ganz gereicht und so entschied ich mich für ein branchenspezifisches Studium.

Ich weiß, dass meine Arbeit journalistische Produkte und Freiheit fördert.

Gab es bei deinem Vorstellungsgespräch irgendwelche Besonderheiten? Musstest du zum Beispiel eine Aufgabe lösen?

Ich musste eine 30-minütige Aufgabe bearbeiten und diese dann in circa 10 min. vorstellen.

Kannst du dich noch erinnern, was für eine Aufgabe du bei deinem Vorstellungsgespräch lösen musstest?

Es war eine branchenspezifische Aufgabe, aber ich glaube das darf ich nicht verraten. Auf jeden Fall war die Aufgabe lösbar.

Und wie sieht dein typischer Arbeitstag aus?

Das ist schwierig zu sagen, da es sehr abwechslungsreich ist. Die nächsten Events, Mailings, Werbemaßnahmen im Blick behalten und koordinieren und außerdem über Extra-Projekte nachdenken sowie diese bearbeiten.

Die ZEIT

... ist Deutschland führende Wochenzeitung. Bei dem Magazin *Zeit Campus* handelt es sich um das größte Kaufmagazin für Studierende.

(ZEIT ONLINE 2018a;b)

Was macht dir an deiner Arbeit am meisten Spaß?

Die Koordination verschiedener Aufgaben. Die Zusammenarbeit mit vielen unterschiedlichen Menschen und deren Perspektiven und Blick auf unterschiedliche Sachen. Das tollste an meinem Job ist, dass ich weiß, dass meine Arbeit journalistische Produkte und Freiheit fördert.

Kannst du uns vielleicht ein oder zwei Highlights in deiner Karriere nennen?

Das BOA-Launch-Event zu organisieren und zu erleben, war auf jeden Fall ein Highlight und meine erste Sonderveröffentlichung in der *Zeit Campus* gedruckt zu sehen, fand ich auch sehr schön.

Im Fragebogen hast du angegeben, dass dir Selbstverwirklichung sehr wichtig ist. Wie kannst du das in deinem Job umsetzen?

Indem ich frei in der Bearbeitung meiner eigenen Projekte bin und meine eigene Meinung frei anbringen kann.

Auch hast du geschrieben, dass sich viele neue Möglichkeiten vor allem in digitalen Berufen entwickeln. Kannst du das auch bei dir in der Verlagsbranche beobachten?

Bisher noch nicht konkret auf meine Stelle bezogen. Obwohl natürlich Stellen im Verlagswesen nur durch die Verschiebung auf digitale Veröffentlichungen erhalten bleiben können, also indirekt ja. Doch durch die Entwicklung digitaler Produkte gibt es meiner Meinung nach einen starken Shift. So sind BOA und die SUMA gute Beispiele dafür. Andererseits sehe ich auch noch großes Potenzial in Print.

Erinnere dich an dein Studium. Was hat dir besonders gut gefallen? Was nicht so gut?

Mir haben vor allem medienpolitische Kurse bei Herrn Grundlach und Herrn Swoboda Spaß gemacht, allerdings kann ich nicht sagen, dass ich davon viel nutzen kann. Schwierig fand ich die Wahlpflichtkursvergabe, bei der man nach fünf Minuten nur noch von der Resterampe wählen konnte. Auch weniger Freude hatte ich an Kursen der Informationsorganisation.

Hat sich denn deine Sicht zu dem Studium beziehungsweise der Arbeitswelt nach deinem Studium verändert?

Ja, auf jeden Fall. Für mich war, trotz Ausbildung und vieler Nebenjobs, das Arbeitsleben eine Black Box. Ich kann nicht sagen, dass ich die Arbeitswelt nun anders sehe, aber die Black Box hat sich gelichtet und die Sorge, ob ich das schaffe, ist etwas geschwunden.

Gibt es etwas was du nach deinem heutigen Stand anders machen würdest?

Mir vor Wahlpflichtkursen noch stärker überlegen, was ich will und was ich brauche.

Für mich war das Arbeitsleben eine Black Box.

Hättest du nach deinem Bachelor noch einen Master machen wollen, wenn du deinen jetzigen Job noch nicht gehabt hättest?

Ich glaube erstmal nicht, da ich gerne ins Arbeitsleben wollte, ich schließe aber nicht aus, dass das noch folgt.

Es wird ja oft gesagt, dass man mit einem Masterabschluss bessere Aufstiegschancen hat und mehr Geld bekommt. Kannst du das bei der ZEIT auch beobachten?

Soweit ich das einschätzen kann, trifft beides auf den Zeitverlag nicht zu.

Mein Beruf ist was für dich, wenn ...

Du Lust auf Organisation hast, kreativ und offen bist, keine Berührungsängste vor vielen unterschiedlichen Menschen hast, ein betriebswirtschaftliches Grundverständnis hast, strukturiert und sorgfältig bist.

Gibt es noch weitere Tipps oder Ratschläge, die du Studierenden geben kannst, sei es zur Bewerbung oder zum Arbeitsleben?

1. Achtet bei eurer Bewerbung auf Sorgfältigkeit. Es gibt nichts Blöderes als Rechtschreibfehler in Bewerbungen.
2. Traut euch.
3. Erstellt euch vor einer Bewerbung eine Gegenüberstellung davon, was ihr wollt und was vielleicht eher nicht in Frage kommt. um euch selbst besser kennen zu lernen.
4. Praktika helfen ungemein, um die Black Box zu entschleiern.
5. Sagt eure Meinung und seid ehrlich zu euch und euren Mitmenschen.

BOA und SUMA

Bei der SUMA handelt es sich um die Suchmaschine für die Studiengänge von Zeit Online. Sie präsentiert einen Überblick über das gesamte Studienangebot in Deutschland.

(ZEIT ONLINE 2018a)

BOA ist der Berufstest auf Zeit Online. Es steht für Berufsorientierung für Absolventen.

(ZEIT CAMPUS 2018)

Das Fazit aus dem Interview:

- *Im Verlagswesen können viele Stellen nur durch die Verschiebung auf digitale Veröffentlichung gehalten werden.*
- *Studium und Praktika können die Angst vor dem Arbeitsleben nehmen.*

- *Als Produktmanager muss man Spaß an Organisation haben, kreativ und offen sein.*
- *Die Arbeit als Produktmanager ist abwechslungsreich: Events, Mailings, Werbemaßnahmen müssen koordiniert und geplant werden.*

Die Interviewfragen wurden am 13. und 17. Januar 2018 schriftlich sowie telefonisch beantwortet.

Zeit lassen und Zeit nehmen

Der Einstieg als Junior Produktmanagerin

Interview mit *Lara Köster*
Junior Produktmanagerin
bei Check24 AG in Hamburg

VON ANOUSHEH DAMIA UND LIESA ENGEL



Lara Köster hat zu dem Interview direkt vor Ort bei Check 24 eingeladen. Bei so einem namenhaften Unternehmen stellt man sich eigentlich viel Trubel vor. Da das Interview aber zur Mittagspausenzzeit geführt wurde, waren die Räumlichkeiten recht leer. Lara Köster zeigte sich als junge, sehr sympathische Frau, die an der HAW ihren Master in Medien, Information, Bibliotheken absolviert hat. Nach dem Ausfüllen des Fragebogens blieben aber noch einige Fragen offen, die in dem Interview mit der Junior Produktmanagerin abgecheckt wurden.

Liebe Lara, erzähl uns als erstes gerne, wie du auf das Tätigkeitsfeld Produktmanagement gekommen bist?

Lara Köster: Ich hatte während des Masterstudiums zwei verschiedene Werkstudenten-Jobs, bei denen ich mit dem Produktmanagement in Kontakt kam, allerdings nicht wusste, dass es sich um Produktmanagement handelte. Mein erster Job war bei Hubert Burda Media im Bereich Content-Management für eine Online-Plattform. Dort hatte ich auch immer mal wieder Kontakt mit dem zuständigen Produktmanager und habe mir immer gedacht, dass sein Job wirklich sehr interessant wirkt. Später hatte ich dann einen weiteren Werkstudentenjob bei Pinkmilk, einem Online-Shop für Geschirr und Dekoration. Die Berufsbezeichnung meiner Vorgesetzten lautete E-Commerce Managerin, aber das Produktmanagement gehörte ebenfalls zu ihren Aufgaben. Bei der späteren Jobsuche habe ich dann verschiedene Suchbegriffe ausprobiert, zum Beispiel Brand Manager, E-Commerce Manager oder Konzepter, bis ich irgendwann gemerkt habe, dass die Tätigkeiten, die ich bei meinen Studentenjobs so interessant fand, unter den Bereich des Produktmanagements fallen. Mir war nur zu diesem Zeitpunkt diese Berufsbezeichnung noch nicht geläufig.

Check24 ist ja ein größeres Unternehmen. Wie waren denn deine Erfahrungen in einem kleineren Start-Up wie Pinkmilk?

Als ich bei Pinkmilk angefangen habe, haben dort insgesamt vier Mitarbeiter gearbeitet, am Ende waren acht Personen angestellt. Wir hatten damals keine eigene IT-Abteilung, sondern haben mit einer externen Agentur zusammengearbeitet. Dadurch hatte ich manchmal das Gefühl, etwas ausgebremst zu werden, weil jede Änderung auf der Seite immer über die Agentur laufen musste. Bei Check24 ist das ganz anders: Die Geschwindigkeit, mit der hier entwickelt wird, von der Idee bis zum fertigen Feature, ist wirklich enorm schnell.

Im Vergleich zu einem Start-Up, wozu würdest du eher tendieren für den Einstieg?

Aus Sicht des Produktmanagements ist es meiner Meinung nach von Vorteil, in einem etwas größeren Unternehmen mit eigener IT zu arbeiten. Auf Dauer ist ein Start-Up wahrscheinlich auch nett, weil du

Lara Köster

... machte ihren Bachelor in Mittweida in Media Management. Sie kommt ursprünglich aus Hamburg und ist deshalb für das Masterstudium zurück in die Heimat gekehrt. An der HAW studiert sie Information, Medien, Bibliothek mit den Schwerpunkten Internetökonomie, Medien- und Kulturvermittlung und Informationswissenschaften. Ein Semester lang hat sie in Australien studiert. In ihrer Masterarbeit hat sie ein Kennzeichensystem entwickelt, um den Erfolg von Content-Marketing zu messen.

dann noch mehr Verantwortung bekommst, da du vielleicht der einzige Produktmanager bist. Bei CHECK24 sind wir pro Team zwei bis drei Produktmanager. Allerdings kann ich das auch nicht wirklich beurteilen, da ich bisher ja nur hier gearbeitet habe.

Wurde in deinem Vorstellungsgespräch etwas Spezielles bezüglich des Studiums nachgefragt?

In meinen Bewerbungsanschreiben habe ich immer versucht, auf die Punkte einzugehen, die in der Stellenausschreibung standen. Ich habe geschaut, was von den Bewerbern verlangt wurde und wenn ich der Meinung war, dass ich ein Kriterium erfülle, habe ich versucht, dies mit verschiedenen Kursen aus der Uni zu belegen beziehungsweise zu unterstützen. In den Bewerbungsgesprächen wurde dann teilweise auch noch einmal nachgefragt, was genau die Kurse beinhalteten.

Ein großes Unternehmen ist für den Berufseinstieg besser geeignet.

Produktmanagerin ist ja ein sehr allgemeiner Begriff und passt zu verschiedenen Bereichen. Was sind denn deine genauen Aufgaben bei Check24?

In der Online-Branche ist das Produkt typischerweise eine Online-Plattform oder eine App. Meine Kollegen und ich sind dafür zuständig, unser Produkt – also Webseite und App – ständig zu optimieren und kundenfreundlicher zu machen. Wir denken idealerweise aus Kundensicht und überlegen uns neue Features, die das Kundenerlebnis noch besser machen und dazu beitragen, dass die Kunden unser Produkt kaufen. Dabei treffen wir zwar viele Ent-

scheidungen aus dem Bauch heraus, nehmen uns aber auch Zahlen und Daten zur Hand und analysieren diese. Wir arbeiten sehr eng mit der IT zusammen und haben einen wöchentlichen festen Ablauf, den sogenannten »Sprint«, an dessen Ende wir die Änderungen »deployen«, also für den Kunden sichtbar machen. Natürlich haben wir immer viel zu viele Ideen und nur begrenzte IT-Kapazitäten, daher ist es ebenfalls unsere Aufgabe, die anstehenden Themen zusammen mit unserer Geschäftsführung zu priorisieren und zu planen.

Stellenausschreibung für (Junior) Produktmanager (m/w) Digital

Ein erfolgreicher Hochschulabschluss, erste Berufserfahrungen im E-Commerce-Bereich und eine hohe Affinität für das Internet sind Grundvoraussetzung für einen solchen Job. Weiter werden analytisches und unternehmerisches Denken, sowie Eigeninitiative und Engagement gefordert.

(KYEREMEH 2018)

Waren die Aufstiegschancen ein Grund dafür, weshalb du dich für einen Master entschieden hast? Und könntest du deine Aufgaben auch machen, wenn du nur einen Bachelor absolviert hättest?

Der Hauptgrund weshalb ich den Master gemacht habe, war eigentlich, dass ich mich einfach noch nicht bereit für das Berufsleben gefühlt habe. Ich fühlte mich mit 23 Jahren zu jung und wollte außerdem gerne noch ein Auslandsemester machen. Natürlich wusste ich auch, dass ich mit dem Master unter Umständen mal mehr verdienen könnte und ich mich vielleicht auch bei Bewerbungsgesprächen leichter gegen andere Masterabsolventen durch-

Meine Aufgaben könnte man auch mit einem Bachelorabschluss übernehmen.

setzen könnte. Allerdings muss ich sagen, dass ich für meinen jetzigen Beruf nicht unbedingt einen Master benötigt hätte. Bei uns haben einige Produktmanager einen Bachelor-Abschluss, einige haben einen Master-Abschluss und eine schreibt gerade an ihrer Doktorarbeit. Ich glaube, mir persönlich haben die zweieinhalb Jahre während des Masters trotzdem geholfen. Durch mein Auslandssemester in Sydney und die Werkstudentenjobs habe ich mich persönlich weiterentwickelt und konnte neben dem Studium erste Berufserfahrungen sammeln.

Was macht dir besonders Spaß an der Arbeit?

Dass ich trotz meiner Junior-Position viele eigene Ideen einbringen kann und diese auch wirklich umgesetzt werden. Wir müssen auch nicht bei jeder Kleinigkeit um Erlaubnis fragen. Bei größeren Themen sprechen wir uns natürlich immer mit der Geschäftsführung ab, aber grundsätzlich ist es ein sehr freies und selbstständiges Arbeiten und das macht mir Spaß.

Wie stehst du zu dem Thema Work-Life-Balance?

Wir haben hier keine starren Arbeitszeiten, das ist sehr angenehm. Einige beginnen um acht Uhr und andere kommen erst um zehn Uhr. Obwohl hier schon die eine oder andere Überstunde anfällt, würde ich sagen, dass wir insgesamt eine gute Work-Life-Balance haben.

Du hattest im Fragebogen angegeben, dass du dich in fünf Jahren nicht mehr in diesem Bereich siehst. Woran liegt das?

Ich glaube, es ist heutzutage viel häufiger so, dass man nach ein paar Jahren nochmal das Unternehmen wechselt, einfach, weil man noch mal einen neuen Tätigkeitsbereich in einer anderen Branche ausprobieren möchte. Bei mir persönlich ist es so, dass ich gerne nochmal für ein paar Jahre ins Ausland ziehen würde. Ob es nun nach drei oder fünf

Jahren ist, kann ich noch nicht so genau sagen. Generell denke ich aber schon, dass es als Berufseinsteiger Sinn macht, seinen Job nach dem Berufseinstieg nach ein paar Jahren nochmal zu wechseln, denn ein Jobwechsel bringt meistens auch einen Karriere- oder Gehaltssprung mit sich.

Ein Jobwechsel bringt meistens eine Karriere- oder Gehaltserhöhung mit sich.

Warum hast du dich überhaupt für einen Master entschieden (und nicht nach dem BA angefangen zu arbeiten)?

Ich habe während dem Bachelorstudium als Werkstudentin in einer Werbeagentur gearbeitet, die mir dann eine feste Stelle angeboten haben. Ich habe erst mit dem Gedanken gespielt, dort zwei oder drei Jahre zu arbeiten und dann den Master nachzuholen. Ich habe mir dann aber selbst eingestanden, dass ich nach drei Jahren mit festem Einkommen und eigener Wohnung sehr wahrscheinlich keine Lust mehr auf das typische Studentenleben mit Nebenjobs und WG-Zimmer haben würde. Daher habe ich mich entschieden, den Master direkt im Anschluss an das Bachelorstudium zu beginnen.

Du hast angegeben, dass du den Master nicht noch einmal machen würdest. Meintest du damit den Master allgemein oder speziell den Master »Medien, Information, Bibliothek« und woran liegt das?

Ich hatte gehofft, dass ich mich mit dem Master noch mehr spezialisieren könnte. Das war leider nicht der Fall. Es gab viele interessante Inhalte, aber wenig Kurse, die aufeinander aufgebaut haben. Vielleicht war das auch nicht der Sinn des Masters und ich hatte einfach nur zu hohe Erwartungen. Ich habe mich nach dem Master nicht wirklich als Informations-Expertin gefühlt, dann aber schnell gemerkt, dass man die meisten Sachen erst im Berufsalltag lernt und versteht. Einen Master würde ich in jedem Fall noch einmal machen, aber vielleicht nicht unbedingt an der HAW. Rückblickend betrachtet wäre ein anderer Masterstudiengang für den Beruf des Produktmanagers – beispielsweise in Wirtschaftsinformatik oder E-Business – vielleicht passender gewesen.

Welche Spezialisierungsmöglichkeiten oder Wahlkurse im Studium hätten dir aus heutiger Sicht noch geholfen?

Was mich generell gestört hat, war, dass die Kursauswahl irgendwie willkürlich wirkte, ich habe keinerlei Struktur erkennen können. Ich hätte es gut gefunden, wenn es eine Art Grundstudium im ersten Semester gegeben hätte, um die Grundlagen zu wiederholen und alle Studenten auf den gleichen Stand zu bringen. Nach dem Grundstudium hätte ich mir dann Spezialisierungsmöglichkeiten ge-

wünscht, zum Beispiel im Bereich Journalismus, Online oder Bibliothek.

Hast du aus deiner Position heraus noch einen Tipp an die Studenten?

Also bezüglich der Bewerbung hätte ich wohl noch einen Tipp. Am Anfang habe ich immer Bewerbungen rausgeschickt und nur die Infos zum Unternehmen ausgetauscht. Das geht auch, wenn man eine Praktikumsstelle oder einen Werkstudenten-Job sucht, aber nicht bei der richtigen Jobsuche. Irgendwann habe ich mich selber gefragt, wenn ich Personaler wäre, worauf würde ich dann achten? Dann habe ich gedacht, dass so ein Standarttext wohl

Nehmt euch nach dem Bachelor oder Master ruhig noch ein wenig Auszeit für Reisen.

nicht ausreicht. Teilweise habe ich dann auch einen Tag an der Bewerbung gesessen und dann nochmal zwei Tage, um mich auf das Bewerbungsgespräch vorzubereiten. Wenn du den Job wirklich willst, reicht es nicht, einmal kurz auf die Webseite zu schauen. Man muss sich mit der Jobbeschreibung auseinandersetzen. Von daher ist Vorbereitung wirklich wichtig. Außerdem wäre mein Tipp noch, nach dem Master oder dem Bachelor nicht direkt in den Beruf beziehungsweise in den Master einzusteigen, sondern sich noch ein paar Monate Auszeit zu gönnen und vielleicht nochmal zu reisen, wenn man kein Auslandssemester gemacht hat. Denn besonders das mit dem Reisen verbundene Kennenlernen von fremden Kulturen, anderen Denkweisen sowie Sprachen fördert deine persönliche Entwicklung.

Lara Köster

»Mein Beruf ist etwas für dich, wenn du dich für Technik interessierst, analytisch denken und auch mal über den Tellerrand hinausblicken kannst. Eine gewisse Leidenschaft für Design ist ebenfalls hilfreich.«

Nicht für jeden Job benötigt man unbedingt einen Master. Manchmal ist es von Vorteil, aber auch mit dem Bachelor kann man schon einiges erreichen.

- Als Berufseinsteiger ist es sinnvoll, den Job nach einigen Jahren noch einmal zu wechseln.
- Man sollte sich Mühe für die Bewerbung geben und sich auf das Vorstellungsgespräch ausreichend vorbereiten.
- Es reicht aus, sich nach der Masterarbeit zu bewerben. Man muss sich nicht parallel dazu stressen.

Das Interview wurde am 4. Januar 2018 um 13 Uhr am Standort von Check24 in Hamburg geführt.

Sei bereit, Neues dazuzulernen, um dich weiterzuentwickeln

Interview mit *Sarah Gladiator*
Client Development Managerin
bei der Semasio GmbH in Hamburg

VON ANOUSHEH DAMIA UND JENNIFER TRUNSCHEL



Foto der Autorinnen

Das Interview wurde bei der Interviewpartnerin bei ihrer Arbeitsstelle durchgeführt. Sarah Gladiator wirkte sehr freundlich und locker und hat schon vor dem Interview einen sehr sympathischen ersten Eindruck gemacht.

Liebe Sarah, erzähl uns doch zunächst einmal, wie du zu der IT/New Media Branche gekommen bist?

Sarah Gladiator: Während des Studiums gefiel mir schon der Marketing Schwerpunkt am meisten. Als ich dann auf der Suche nach einem Werkstudenten-Job war, wusste ich, es soll in dieselbe Richtung gehen. Ich habe dann sehr lange parallel in einer Agentur im Online-Marketing Bereich gearbeitet und dadurch die Branche für mich entdeckt. Jetzt habe ich mich ein wenig umorientiert, es ist ein bisschen anders, aber wir machen dennoch Online-Marketing.

Was kann man unter deiner Positionsbezeichnung verstehen? Erzähl uns gerne mehr über deine Aufgaben.

Gerne, also ich bin Client Development Managerin, für viele ist es auch noch unter Kundenbetreuerin bekannt. Daher bin ich bei Semasio für die Kundenentwicklung und -betreuung zuständig. Wir bieten unseren Kunden anhand eigener Technologien beziehungsweise Tools die Möglichkeit, Zielgruppensegmente zu erstellen

und diese für ihre jeweiligen Kunden zu verwenden. Über das Tool können Daten generiert werden und für Online-Kampagnen der Kunden eingesetzt werden. Wir betreuen und unterstützen den Kunden bei Problemen und berücksichtigen hierbei auch nochmal deren Umsätze usw. Wir sind somit dafür zuständig, dass das Tool auch im gesamten Umfang ausgeschöpft wird.

Die Workshops machen mir am meisten Spaß, weil wir uns auch viel Zeit dafür nehmen.

Wie sieht denn ein typischer Arbeitstag als Client Development Managerin aus?

Als erstes überprüfe ich morgens meine E-Mails und finde sehr viel Verschiedenes. Zum einen muss ich intern Fragen zu technisch organisatorischen Themen, wie bestimmte Daten in das System eingeführt werden sollen und deren technische Rücksprache beantworten. Zum anderen kümmere ich mich natürlich auch um Kundenanfragen bezüglich des Tools. Außerdem gibt es den Tag über viele Meetings und Calls mit unseren Kunden, die zum Beispiel Tracking auf ihrer Website umsetzen möchten.

Du hast ja meistens einen vollen Tagesplan. Was macht dir denn an deiner Arbeit besonders Spaß?

Semasio

Bezüglich der Reichweite ist Semasio mit mehr als 60 Millionen Nutzerprofilen auf dem deutschen Markt der Marktführer.

Die Workshops machen mir am meisten Spaß, weil wir uns dafür auch viel Zeit nehmen. Ich war dafür auch neulich mit einem Kollegen für zwei Tage in Stockholm. Durch diese Workshops können wir unseren Kunden vermitteln, wie das Tool genau funktioniert. Wichtig ist auch, dass wir hinter dem Produkt stehen und es gut finden. Daher ist es für uns auch einfacher, es glaubwürdig zu verkaufen. Besonders den Kundenkontakt und mit ihnen im engen Austausch zu sein, finde ich sehr schön. Man kann eine andere Perspektive kennenlernen und wenn man merkt, sie machen die Workshops gerne, dann macht es uns natürlich umso mehr Spaß.

Worauf hast du bei der Jobsuche besonders Wert gelegt? Gab es etwas, das unbedingt im Stellenausschreiben stehen musste?

Ne, es war bei mir tatsächlich ein Zufall mit diesem Job. Ich bin über einen Headhunter an die Stelle gekommen und hatte mich auch ursprünglich für eine

andere Stelle beworben. Ich hatte immer nur darauf geachtet, dass es die Online-Marketing Branche ist. In diesem Bereich gibt es ja viele verschiedene

Targeting

Im Online-Marketing werden verschiedene Targetingstrategien genutzt. Diese werden eingesetzt, um die Werbekampagnen den jeweiligen passenden Nutzern bzw. Zielgruppen zu zeigen.

Agenturen und auch Technologieanbieter wie Semasio. Ich war eher Richtung Agentur orientiert, weil mir Kundenberatung und -betreuung besonders wichtig war und immer noch ist. Daher habe ich auch darauf geachtet, dass diese vertreten sind.

Kommen wir zu deinem Vorstellungsgespräch, gab es irgendwelche Besonderheiten?

Ja, also es gibt eine lustige Geschichte dazu. Denn durch meinen ehemaligen Werkstudentenjob kannte ich bereits meine spätere Vorgesetzte. Wir hatten uns zwar einige Jahre nicht gesehen, aber es war ein witziger Zufall. Außerdem war es ganz witzig, weil mich der CEO fragte, was ein User machen würde, der Interesse am Kauf eines Tablets hat. Er wollte also wissen, wie ich das passende Target, also ein Zielgruppen Segment, definieren beziehungsweise erstellen würde. Glücklicherweise ist mein Freund so ein typischer Kunde, jemand, der sich vor einem Kauf immer informiert und Testberichte durchliest. Also habe ich vorgeschlagen, mich auf Personen zu konzentrieren, die sich überall durch Testberichte, Vergleichsseiten o.ä. informieren. Es stellte sich dann heraus, dass es meine »Joker-Frage« war, weil er mich danach fragte, wann ich anfangen kann und dass sie mir den Vertrag demnächst zuschicken werden.

Da war das ja die perfekte »Joker-Frage« für dich. Musstest du während des Gesprächs auch Dinge aus dem Studium miteinbringen?

Teilweise schon. Ich konnte sowas wie Informationstheorien und wissenschaftlichen Hintergrund mit einbringen, da mein zukünftiger Chef denselben Hintergrund aus dem Studium hat. Es ist auch gut, die klassischen Marketingkonzepte zu kennen. Es gab auch einiges aus Informationswissenschaft, das mir ebenfalls geholfen hat – sowas wie Recall und Precision und die Frage nach Relevanz.

Warst du mit deinem Bachelorstudium an der

Ich hatte vor dem IT-Aspekt großen Respekt und hätte nicht gedacht, dass ich da mal landen würde.

HAW zufrieden?

Ja, ich war sehr zufrieden. Ich hatte glücklicherweise im Vergleich zu anderen schon vorher Erfahrungen durch meine Ausbildung gesammelt. Es war somit für mich im Studium leichter herauszufiltern, was mich interessiert und was ich später im Job genau brauchen werde und welcher Stoff für mich nicht unbedingt relevant sein wird. Einige Kommilitonen, die direkt nach der Schule mit dem Studium angefangen haben, waren beispielsweise beim Umgang mit HTML etwas überfordert, weil sie dachten, sie müssten richtiges Programmieren lernen. Man muss dazu sagen, dass alles, was im Studium gemacht wird, nicht unbedingt später im Job gebraucht wird.

Was waren deine Beweggründe für den Master? Würde ein Bachelor für deine Position auch ausreichen?

Ja, wahrscheinlich, aber man weiß es nicht. Als sich das Studium dem Ende neigte, merkte ich, dass ich doch gerne noch ein bisschen weitermachen möchte. Ich hatte auch immer im Kopf, wenn ich irgendwann mal in die klassische Marketingabteilung eines Konzerns gehe, dann braucht man einen Master. Ich dachte auch, dass eine Teamleiterrolle mit Führungsverantwortung etwas ist, was mir liegt und was ich gern machen möchte. Das in Verbindung mit dem Bedürfnis noch weiterzumachen, war der ausschlaggebende Punkt, den Master noch zu machen.

Würdest du behaupten, man braucht besonders für die Aufstiegschancen einen Master oder schafft man es auch ohne?

Ja, ich denke man schafft es auch ohne Master. Eine Freundin, mit der ich zusammen den Bachelor gemacht habe, hatte danach aufgehört und sagte zu mir: »Überleg mal, zwei Jahre mehr Berufserfahrung oder zwei Jahre einen Master machen. Was bringt dir mehr?«. Ich musste überlegen und ihr teilweise auch recht geben, weil zwei Jahre Berufserfahrung auch etwas Wertvolles sind. Besonders in unserer

Branche oder in meinem aktuellen Job hätte ich den Master nicht gebraucht. Ich glaube bei einem klassischen Konzern wird mehr darauf geachtet als auf die Erfahrung der Person. Ich finde aber auch, man kann das nicht so übergreifend sagen. Ich glaube, das kommt wirklich drauf an, in welchem Bereich man arbeiten will oder welchen Weg man einschlagen möchte.

Entwickelt sich die Branche schnell?

Ja, also hier bei uns in Hamburg merkt man die schnelle Entwicklung der Branche schon recht deutlich. Wir stellen jetzt auch einige neue Kollegen ein. Also wir haben jetzt gerade in den letzten drei Monaten zwei neue Kollegen bekommen und suchen immer noch weiter. Die Branche ist schon recht schnelllebig.

Gab es davor bestimmte Klischees über die Branche, die du jetzt dementieren kannst?

Also ich würde tatsächlich sagen, dass ich vor diesem IT-Aspekt am meisten Respekt hatte, weil ich da nicht so technisch versiert bin. Ich hätte auch nicht gedacht, dass ich da trotzdem mal landen werde. Ich glaube, das war der einzige Vorbehalt, den ich hatte. Ich habe dann aber relativ schnell gemerkt, dass so ein gewisses technisches Grundverständnis ganz gut ist. Im Notfall gibt es ja auch immer die Experten, die man im Unternehmen fragen kann, wenn man selbst nicht weiterkommt.

Du kannst deinen Job nur gut machen, weiterkommen und mehr Geld verdienen, wenn du dich wohlfühlst und weißt: Das ist die richtige Stelle für dich.

Work-Life-Balance ist heutzutage ein ganz großes Thema. Wie stehst du dazu?

Als ich mich bei Semasio beworben hatte, dachte ich nach dem Studium: Ok, ich bin jung und sammle jetzt Erfahrungen. Ich bin auch bereit, bis 21 oder 22 Uhr abends zu arbeiten. Unsere Gründer sind Dänen und haben dementsprechend ein anderes Mindset und eine andere Kultur und das merkt man auch total. Hier ist wirklich um 18 Uhr Feierabend, denn es gilt: nach acht Stunden kann man sich auch nicht mehr vernünftig konzentrieren. Unsere Gründer vertreten die Meinung, dass wenn die Leute immer so viel zu tun haben, dass sie nicht mehr zum persönlichen Leben, den Hobbys, der Freizeit oder ähnlichem kommen, dann wirkt sich das negativ auf deren Wohlbefinden aus und das wiederum spiegelt sich in der Arbeit wieder. Jetzt, wo ich diese Arbeitskultur kennengelernt habe, schätze ich es ehrlicherweise so sehr und würde auch nirgendwo mehr arbeiten, wo ich weiß, dass ich jeden Abend drei bis vier Überstunden machen muss.

Wie du weißt, ist für viele Studenten der Verdienst ein wichtiges Thema. Wie ist deine heutige Sicht nach dem Berufseinstieg dazu?

Ich kann es verstehen, denn das war mir auch wichtig, aber man kann auch schnelle Sprünge machen. Es ist so viel wichtiger, dass man einen Job findet, bei dem man sich wohlfühlt und die Tätigkeit gerne macht und mit netten Menschen zusammenarbeitet. Das hört sich an wie eine Floskel, aber das ist wirklich sehr wert. Denn es ist nicht so leicht, so eine Arbeit zu finden. Wenn das Gehalt in Ordnung ist, sollte man das auf jeden Fall machen und nicht denken, man braucht noch mehr. Du kannst deinen Job auch nur gut machen, weiterkommen und mehr Geld verdienen, wenn du dich wohlfühlst und weißt, das ist die richtige Stelle für dich.

Dein Goldener Tipp war, viele Kontakte zu knüpfen. Das hört man ja öfters, aber wie sollte man das am besten machen? Durch Praktika und Werkstudenten-Jobs?

Ja, dadurch kommt es hauptsächlich. Das war damals bei mir auch wirklich ein Zufall, dass meine Kollegin vom Werkstudenten-Job hier gearbeitet hat. Ich war jetzt nicht die ganze Zeit mit ihr in Kontakt. Aber bei meinem Gespräch war die Hemmschwelle nicht mehr so groß, wie bei einem komplett Fremden und man hat dadurch vielleicht einen Vorteil. Da muss man sich jetzt auch nicht verrückt machen und irgendwie ein Netzwerk aufbauen und allen jede Woche eine Nachricht schreiben. Es reicht einfach, wenn man die Leute kennt. Irgendwann ist man bei Xing und dann hat man da die Kontakte.

Es wird nicht alles, was du im Studium lernst, auch später im Job gebraucht.

Was möchtest du den zukünftigen Alumni noch mit auf den Weg geben?

Dass man keine Angst haben muss vor neuen Themen oder Bereichen, die dann im Job auf einen zukommen. Auch wenn man es im Studium nicht gelernt hat, sollte man sich denken, dass es schön ist, Neues kennenzulernen, denn so kann man sich entwickeln. Viel Neues lernen und auf einmal feststellen, dass Unbekanntes auch genau das Richtige sein kann, das finde ich doch interessant.

Sarah Gladiator

hat bereits vor dem Studium eine Ausbildung als Kauffrau für Marketingkommunikation absolviert. Da sie gerne noch mehr dazu lernen wollte, entschied sie sich für den Studiengang Medien und Information. Nach dem Bachelor-Abschluss hat sie zusätzlich den Master in Medien, Information, Bibliothek an der HAW ebenfalls abgeschlossen.

Durch das Interview mit Sarah Gladiator wurde deutlich, dass man durch verschiedene Zufälle in einer Branche landen kann, die man sich davor nicht zugetraut hätte. Außerdem ist wichtig:

- *während der Praktika und Studentenjobs möglichst viele Kontakte zu knüpfen und diese zum Beispiel über Xing zu halten.*

- *keine Angst davor zu haben, neue Bereiche kennen zu lernen, die während des Studiums weniger behandelt wurden oder einem schwerer gefallen sind.*
- *viel Wert darauflegen, sich bei seiner Arbeit wohl zu fühlen und die Tätigkeit gerne zu machen, um eine gute Leistung erbringen zu können.*

Das Interview wurde am 14. Dezember 2017 um 12:30 Uhr am Standort von Semasio geführt.

Direkt nach dem Studium die Karriereleiter hinauf

Interview mit *Lisa Bickhardt*
Kommunikationsberaterin
bei der Agentur Faktor 3 in Hamburg

VON SOPHIE GODEMANN



Quelle: Lisa Bickhardt

Angekommen in der Kattunbleiche 35 empfängt einen das freundliche Lächeln der Office-Managerin. Nach kurzer Zeit kommt auch schon Lisa, die Interviewpartnerin. Die Flure der Agentur versprühen einen gewissen Industrie-Charme. Der Weg führt in einen höher gelegenen verglasten Konferenzraum, von dem aus man eine tolle Sicht in die Räume der Agentur hat.

Hallo Lisa. Du hast in dem Fragebogen geschrieben, dass du im März 2015 deine Bachelorarbeit abgegeben und im gleichen Monat auch schon dein Volontariat begonnen hast. Ist das richtig?

Lisa Bickhardt: Ja das stimmt. Ich habe tatsächlich in meiner ersten Woche hier noch meine Bachelorarbeit zu Ende geschrieben, das war also ein fließender Übergang.

Du hattest also deine Abschlussnote noch gar nicht, konntest aber schon bei Faktor 3 anfangen?

Genau, das war kein Problem. Drei Monate später hatte ich mein Bachelorzeugnis dann in der Hand.

Hast du schon im Vorfeld hier gearbeitet? Wie bist du so schnell an die Stelle gekommen?

Nein, tatsächlich nicht. In meinem vorigen Job bei Scoyo, einer Online-Lernplattform für Kinder, habe ich damals die neue Werkstudentin eingearbeitet, die die Frau meines jetzigen Teamleiters ist. Was sie alles über Faktor 3 und die PR- & Kommunikationsbranche generell erzählt hat, klang so spannend, dass ich mich dann hier beworben habe. So bin ich dann vor fast drei Jahren hier Volontärin geworden.

Wie genau liefen deine 18 Monate als Volontärin ab?

Man startet hier fest in einem Team mit einem bestimmten Themengebiet. Die ersten ein bis zwei Monate sind dann quasi identisch zu einem Praktikum. Du schnupperst in alle Bereiche rein, lernst die Kunden, deren Bedürfnisse und Arbeitsweise genauer kennen. Zu Beginn übernimmst du viele

Recherche-Aufgaben, erstellst kleine Blogartikel, arbeitest an Pressemitteilungen und bekommst Einblicke in die Social-Media-Kommunikation. Das kann aber auch von Team zu Team unterschiedlich sein. Ich habe unter anderem die Social-Media-Kommunikation für Adobe gemacht und öfter auch kurze Pitch-Mailings an Journalisten, beispielweise für den Kunden Twitter, vorbereitet. Natürlich gehört auch dazu, Journalistenprofile zu erstellen. Du schaust aber auch bei wirklich vielen Projekten mit rein und bist auch bei der Konzeption und bei Brainstormings mit dabei. Da ist es auch wirklich egal, welche Position oder welchen Rang du hier hast – wenn die Idee

gut ist, wird sie genommen und dem Kunden vorgestellt. So bekommt man in den ersten Monaten dann auch immer mehr

Kundenkontakt und Projekte und oft schon eigene kleine Kundenprojekte, um sich auszuprobieren. Man lernt so die ganzen Techniken und die vielfältigsten Aufgaben kennen und zwar nicht nur theoretisch, sondern direkt am Kunden. Die Lernkurve ist wirklich extrem hoch hier im Volontariat. Außerdem hat man noch einen gewissen Welpenschutz und muss noch nicht alles perfekt machen. Ich kann das Volontariat nur jedem empfehlen. Übrigens suchen wir immer Nachwuchs, bewirbt euch gern.

Lisa Bickhardt

... beendete ihren Bachelor im März 2015 und arbeitet seitdem bei Faktor 3. Ihr beruflicher Weg führte sie dort von einem Volontariat bis hin zur Kommunikationsberaterin.

Hast du von Anfang an geplant, ein Volontariat zu machen oder hättest du auch eine Junior Stelle genommen?

Tatsächlich wollte ich eigentlich gar kein Volontariat machen, da ich der Meinung war, man hat schon so lange studiert und Praktika absolviert. Langsam wollte ich eigenständig arbeiten und einen richtigen Jobtitel haben. Am liebsten wollte ich als Junior einsteigen. Aber tatsächlich setzen viele PR- und Kommunikationsagenturen zum Einstieg ein Volontariat voraus. Da das Gespräch mit meinem jetzigen Teamleiter so interessant war, dachte ich mir, ich probiere es einfach mal, bevor ich mich noch lange auf die Jobsuche begeben und am Ende doch nicht der Traumjob dabei ist. Da ich immer noch hier sitze, war es wohl eine gute Entscheidung.

Einen Master zu machen, kam für dich nicht in Frage?

Wenn ich einen Master gemacht hätte, dann an einer anderen Uni, da uns damals gesagt wurde, wenn man schon den Bachelor Medien und Information an der HAW gemacht hat, lernt man nicht mehr ganz so viel im Master dazu. Ich habe aber auch schnell gemerkt, dass ich eher jemand bin, der etwas praktisch ausprobiert und habe auch super gern gejobbt in den Bereichen. In den Vorstellungsgesprächen, die ich hatte, war auch immer eher die Frage, was ich schon für berufliche Erfahrungen gesammelt habe und nicht, ob ich einen Master habe. Das würde ich auch aus heutiger Sicht jedem empfehlen, ein Volontariat dem Master vorzuziehen. Man sammelt die meisten Erfahrungen und schließt neue Kontakte, was in dieser Branche nach wie vor das A und O ist. Bei uns bedeutet ein Master auch nicht, dass man prinzipiell in einer höheren Gehaltsklasse einsteigt.

Nun bist du ja immer noch bei Faktor 3, aber jetzt als Kommunikationsberaterin. Was genau kann man sich darunter vorstellen?

(lacht) Ja, das fragt meine Oma auch immer. Ich versuche es mal zu erklären. Mein Team beschäftigt sich vor allem mit der PR und Kommunikation für Unternehmen aus der Digitalbranche. Das fängt an bei dem Social-Media-Auftritt über Intervieworganisation und -betreuung, Messeorganisation, bis hin zu Influencer-Relations. Mit der Zeit macht man aber immer weniger Social Media und mehr Konzeption und Strategie. Für die Social-Media-Aufgaben habe ich glücklicherweise tolle Unterstützung von unseren Volos.

Dafür gibt es verschiedene Mechanismen. Beispielsweise kann man dies über Pressemitteilungen, einen Blogpost, Interviews oder Videos erreichen. Einen typischen Arbeitstag gibt es bei mir allerdings nicht. Ich könnte mir heute vornehmen, der Tag morgen wird so oder so aussehen und es wird definitiv nicht so sein. Einerseits wird einem in einem so

dynamischen Umfeld nie langweilig, aber andererseits ist dafür auch Flexibilität und Organisations-talent gefragt.

Seit deinem Bachelor-Abschluss vor fast drei Jahren bist du bei Faktor 3 geblieben. Gibt es einen ausschlaggebenden Grund dafür?

Vor allem das junge und lockere Arbeitsklima hier gefällt mir. Auch einige Freundschaften haben sich geschlossen. Man geht einfach gerne zur Arbeit, wenn man die Kollegen mag und die Kunden und Themen einen so interessieren, dass man es auch persönlich sehr spannend findet, darauf zu arbeiten. Für mich wäre zum Beispiel die PR und Kommunikationsarbeit für die Beauty-Branche absolut nichts. Mit Kunden wie Adobe bin ich dafür aber super zufrieden und könnte mir kaum einen passenderen Kunden vorstellen. Wenn ich jetzt aber mal denken sollte, mir gefällt dieser Bereich gar nicht mehr, haben wir bei Faktor 3 ein sehr breitgefächertes Portfolio, um sich neue Impulse zu holen.

Um nochmal aufs Studium zurück zu kommen: Du hast im Fragebogen gesagt, du konntest die Inhalte aus den Vorlesungen nicht unbedingt in deinem jetzigen Job einbringen. Welche Module waren das und welche haben dir wiederum sehr geholfen?

Das ist tatsächlich sehr zwiespältig. IT mochte ich damals nicht so wirklich, heute ist es allerdings doch sehr hilfreich, kleine Codes zu verstehen und eventuell auch selbst anwenden zu können. Was ich gut fand, waren die Interview-Techniken, die wir in einem Wahlpflichtmodul gelernt haben. Da ich auch

Es ist sehr hilfreich, kleine Codes zu verstehen und eventuell auch selbst anwenden zu können.

heute noch bei Interviews dabei bin, hilft es schon sehr, Dinge wie beispielsweise den goldenen Schnitt zu kennen. Die Recherchestrategien bei Herrn Ude fand ich auch super und wende sie auch heute noch an. Die Praxisorientiertheit der Uni fand ich wirklich gut und würde solch ein Studium auch immer dem an einer Universität im Bereich Medien vorziehen. Ich muss es zwar jetzt nicht unbedingt nochmal studieren, habe es aber auch nicht bereut.

Wo hast du damals dein Praxissemester gemacht, und inwiefern hat es dir weitergeholfen?

Das habe ich in der Agentur 13. Stock gemacht, einer PR-/Social-Media-Agentur in der Schanze. Ich habe dort viele Recherche Aufgaben gemacht und oft mit Twitter und Facebook gearbeitet. Aber wenn man ehrlich ist, man war noch ziemlich grün hinter den Ohren. Ich war auch immer sehr geschaff von den langen Arbeitstagen und man hat nicht wirklich viel verdient. Mir war es aber in der Form hilfreich,

dass ich wusste, dass mir der Social-Media Bereich Spaß macht und ich das auch in meinen Folgejobs machen möchte. Mit dem Praktikum hat man auch erstmal den Fuß in der Tür und lernt viele neue Leute kennen.

Kannst du dir vorstellen, die nächsten Jahre hier zu bleiben?

Aktuell gefällt es mir sehr gut. Solange ich hier Entwicklungsoptionen und Herausforderungen habe und ich es nach wie vor spannend finde, kann ich mir definitiv vorstellen, hier zu bleiben. Mein Kunde gerade gefällt mir wirklich sehr gut, ich wachse mit ihm und bekomme immer neue Aufgaben, aus denen man viel mitnimmt. Team, Kunde, Thema, persönliche Herausforderungen – das sind die Punkte, die für mich einen Job ausmachen. Ich bin ja nun auch schon fast drei Jahre hier. Wenn es mir hier nicht gefallen hätte, hätte ich mich nach dem Volontariat neu orientiert.

***Wenn ihr jemanden kennt, der jemanden kennt:
Traut euch, ihn anzusprechen.***

Gibt es Dinge, die dir nicht ganz so gut an deinem Job gefallen?

Alle, die in einer Agentur arbeiten, werden wissen, es gibt definitiv weniger stressige Jobs. Man bleibt natürlich ab und zu länger, ich musste auch schon am Wochenende arbeiten. Wenn man beispielsweise auf einer Konferenz in einer anderen Stadt

oder auch in einem anderen Land ist, kann es natürlich stressig sein und man schläft wenig. Aber wenn dann alles so klappt, wie man es sich vorgestellt hat, ist das natürlich ein richtig schönes Gefühl. Man bekommt in dieser Online-Welt eben sofort Feedback, was ich toll finde und das braucht man auch – zu sehen, das war eine doofe Aktion oder eben eine, die komplett durch die Decke gegangen ist.

Gab es ein Highlight in deinen letzten drei Jahren bei FAKTOR 3?

Die verschiedenen Projekte, Events und Reisen sind schon wirklich toll. London war jetzt das weiteste, wo ich war. Aber ein anderer Kollege aus dem Creative Bereich hat zum Beispiel letztes Jahr mit anderen Designern und Fotografen einen Roadtrip von San Francisco nach Las Vegas für Adobe gemacht. Wenn man Lust hat, zu reisen, ist eine Agentur und bestenfalls ein großer Kunde schon sehr hilfreich.

Andere Highlights waren zum Beispiel, dass ich einige »digitalen Größen« einmal live sehen konnte. Zum Beispiel den Twitter-Gründer Jack Dorsey oder die Geschäftsführerin von Facebook Sheryl Sandberg. Auch wenn es auch nur Menschen sind, ist es doch ziemlich cool, sie einmal hautnah auf der Bühne zu erleben.

Das Interview wurde am 11. Januar 2018 um 16 Uhr bei Faktor 3 geführt.

Talkshow.

Gruppendiskussion mit drei Absolventinnen.

Zusätzlich zu den zwölf Interviews wurde eine Talkshow in den Räumlichkeiten der HAW Hamburg veranstaltet. Im Gespräch mit Absolventen sollten weitere Erkenntnisse zum Studium, zum Arbeitsmarkt und Bewerbungsstrategien gewonnen werden. Im ersten Teil sind die wichtigsten Aussagen des Gesprächs mit den drei Absolventinnen aufgeführt, im zweiten Teil gibt es eine Zusammenfassung der Erkenntnisse und ein Rückblick auf die Erfahrungen mit der Talkshow.

»Und was kann man mit deinem Studium werden?« Drei Absolventinnen gehen dieser Frage auf den Grund.

Eine Gruppendiskussion mit ALEXANDRA PODUGU, ANNA GRÖHN und MONA KLARKOWSKA, ehemalige Studentinnen der Studiengänge Medien und Information (B.A.) und Information, Medien, Bibliothek (M.A.) in Hamburg



Am 10. Januar 2018 war es soweit: Die langersehnte Talkshow stand an. In entspannter Atmosphäre plauderten die ehemaligen Absolventinnen des Bachelorstudiengangs Medien und Information und des Masterstudiengangs Information, Medien, Bibliothek aus dem Nähkästchen. Wie hat ihnen das Studium gefallen? Wie gehen sie mit Jobabsagen um? Und welche Module helfen einem wirklich im Arbeitsleben weiter? Hier erfährt man es aus erster Hand..

Hallo und herzlich Willkommen zu unserer Talkshow der Projektgruppe BelAMI Final Cut. Wir freuen uns sehr, euch heute ein paar Fragen stellen zu dürfen. Wollt ihr euch vielleicht erst einmal vorstellen und ein bisschen was über euch erzählen?

Mona: Ja, sehr gerne. Ich bin Mona, bin 27 Jahre alt, und mittlerweile seit sechs Jahren an der HAW. 2011 habe ich hier mit meinem Bachelor begonnen. Nach einem Jahr Pause habe ich dann im Jahr 2015 mit dem Master in Information, Medien, Bibliothek

angefangen und nun auch gerade meine Masterarbeit abgegeben. Im vergangenen Jahr habe ich unter anderem im SEO und Produktmanagement bei Xing gearbeitet.

Anna: Mein Name ist Anna und ich habe 2012 mit meinem Bachelor an der HAW angefangen. Mittlerweile bin ich also über fünf Jahre an der Hochschule. Nun bin ich im Master und habe noch ein Semester vor mir. Ich arbeite als feste redaktionelle Mitarbeiterin bei Snapchat Discover über Spiegel Online und arbeite nebenher noch als freie Journalistin.

Alexandra: Ich bin Alexandra und habe 2007 mit meinem Bachelor an der HAW angefangen, allerdings in dem Bereich Bibliotheks- und Informationsmanagement. Im Jahr 2011 habe ich den Master angefangen und bin nun seit 2014 im Produktmanagement tätig.

War für euch denn schon immer klar, dass ihr irgendwann mal etwas mit Medien machen wollt? Oder hat sich das bei euch erst im Laufe der Zeit entwickelt?

Alexandra: Ich habe direkt nach dem Abi mit dem Studium begonnen. Gerade die Mischung an dem Studium hat mich interessiert. Von IT bis BWL war alles dabei. Ich wollte mich noch nicht direkt festlegen, das hat sich erst im Laufe des Studiums bei mir entwickelt.

Anna: Ich wollte schon immer Journalistin werden und habe immer gerne geschrieben. Die HAW hat mich interessiert, da sie so praxisnah ist. Auch das angebotene Praxissemester hat mir gut gefallen.

Ich wollte schon immer Journalistin werden und habe schon immer gerne geschrieben.

Mona: Ja, ich bin einen kleinen Umweg gegangen (lacht), denn ich habe erst einmal drei Jahre lang Jura in Stuttgart studiert. Gerade die Richtung Medienrecht hat mich dabei immer interessiert. Allerdings war das Studium einfach nicht das richtige für mich. Deswegen war ich sehr froh als ich dann 2011 die Zusage für das, für mich viel passendere, Studium an der HAW bekommen habe.

Ihr habt ja nun schon das Praxissemester angesprochen: Mögt ihr kurz über eure Erfahrungen im Praxissemester erzählen? Und in wie weit es euch eventuell weitergeholfen hat?

Mona: Ich war damals bei Avocado Store GmbH, das ist ein Marktplatz für nachhaltige Produkte -sehr

interessant. Drei Monate war ich dort. Die anderen drei Monate war ich dann noch in einem anderen Unternehmen. Ich fand es super, um erste praktische Erfahrungen zu sammeln.

Mona Klarkowska

... machte ihren Bachelor im Jahr 2014 und belegte anschließend, nach einem Jahr Pause, den Masterstudiengang Information, Medien, Bibliothek. Nun steht sie kurz vor dem Jobeinstieg und berichtet uns, wie sie das Studium an der HAW und den anschließenden Bewerbungsprozess gemeistert hat.

Anna: Ja, ich war ein halbes Jahr beim Grazia Magazin. Damals wollte ich immer in die Richtung Modejournalismus. Im Laufe des Praktikums habe ich dann aber gemerkt, dass das nicht ganz meine Richtung ist. Trotzdem war es eine der wertvollsten Erfahrungen, gerade weil ich gemerkt habe, dass ich nicht in diese Richtung möchte.

Im Laufe des Praktikums habe ich gemerkt, dass das nicht meine Richtung ist. Trotzdem war es eine der wertvollsten Erfahrungen.

Alexandra: Ich habe auch gemerkt, was ich nicht will. Ich war drei Monate in einer wissenschaftlichen Bibliothek, doch dort war alles irgendwie zu langsam für mich. Außerdem war es weniger abwechslungsreich, was schade war. Die anderen drei Monate war ich dann noch im amerikanischen Generalkonsulat.

Wie zufrieden wart ihr denn im Allgemeinen mit eurem Studium an der HAW? Und haben euch dabei einige Module besonders gut weitergeholfen?

Mona: Sowohl der Bachelor als auch der Master haben mir gut gefallen. Das Bachelorstudium war breiter gefächert und man konnte sich nicht so spezialisieren. Beim Master war das jedoch anders, den kann ich wirklich sehr empfehlen. Man kann sich spezialisieren und man hat nur Wahlmodule, wobei ich mich in die Richtung Marketing spezialisiert habe,

Anna: Ja, das sehe ich genauso. Das gute am Master ist wirklich, dass man nur Wahlpflichtmodule hat. Ich konnte mich also komplett auf den Journalismus spezialisieren.

Von Online-Journalismus bis hin dazu, wie man ein Interview richtig führt, ist alles dabei. Das finde ich so toll am Master. Am Bachelor finde ich gut, dass es viele verschiedene Kurse gibt. Man ist quasi ein kleiner, oder auch großer, Generalist. Gerade HTML hat mir tatsächlich viel geholfen.

Mona: Genau, man hebt sich dadurch schon von den anderen Bewerbern ab. Nicht jeder kann Grundkenntnisse in HTML aufweisen.

Anna Gröhn

... absolvierte ihren Bachelor im Jahr 2015 und hat nun noch ein Semester des Masterstudiengangs Information, Medien, Bibliothek vor sich. Nebenbei arbeitet sie als feste redaktionelle Mitarbeiterin bei Spiegel Online und als freie Journalistin.

Anna: Auch Medienrecht war super. Was darf ich? Was nicht? Gerade für meinen Beruf ist das natürlich super wichtig. Auch alles was mit Bild- und Videoproduktion zu tun hatte war super.

Alexandra Poduga

... hat die längste Berufserfahrung in der Runde. Sie begann bereits im Jahr 2007 mit ihrem Bachelor in Bibliotheks- und Informationsmanagement und hatte 2014 schon ihren Master in der Tasche. Nun arbeitet sie im Produktmanagement und denkt ab und an melancholisch an ihr Studium an der HAW zurück.

Alexandra: Ich habe mich im Master mehr auf Technik und BWL spezialisiert. Generell haben mir aber auch viele Seminare aus dem Bachelor geholfen. Gerade IT und Statistik hat wirklich viel

gebracht. Damals kam es einem nicht so vor, aber es hat doch sehr geholfen.

Anna: Genau. Oft fällt es einem erst im Nachhinein auf. Gerade meine Kollegen kennen vieles nicht aus der Praxis. Man merkt wirklich oft, wie viel man doch im Studium gelernt hat. Auch die Tide Akademie ist super. Es hilft, wenn man sich selbst weiterbildet und an Sachen arbeitet, an denen man Spaß hat.

Mona: Auch Erasmus ist super – man sollte wirklich alles mitnehmen was geht.

Anna: Ja, wenn ihr die Möglichkeit habt: geht ins Ausland.

Alexandra: Es ist wirklich super wertvoll und macht sehr viel Spaß. Ich war damals während meines Bachelors in den Niederlanden und habe dort so viele internationale Studenten kennengelernt.

Dann scheint ihr ja alle ziemlich zufrieden gewesen zu sein mit eurem Studium. Gibt es denn trotzdem ein paar Studieninhalte, die ihr vermisst habt beziehungsweise euch mehr von gewünscht habt?

Die Soft-Skills, die wir hier gelernt haben, sind wirklich nicht von schlechten Eltern. Da haben wir den anderen etwas voraus.

Alexandra: Ja, ich hätte mir mehr IT gewünscht. Die meisten mochten es nicht so gerne (lacht). Auch mehr Hands-On hätte ich mir gewünscht. Die Soft Skills, die wir hier gelernt haben, sind aber wirklich nicht von schlechten Eltern – da haben wir den anderen wirklich etwas voraus.

Mona: Mir haben lediglich ein paar mehr BWL angehauchte Fächer gefehlt.

Anna: Man arbeitet oft mit anderen Teams zusammen. Soft Skills sind dabei enorm wichtig, wie ich eine Projektgruppe leite zum Beispiel. Das haben wir hier viel gelernt.

Kommen wir mal zu euren aktuellen Jobs: Wie lief da bei euch die Jobsuche und der Bewerbungsprozess ab? Habt ihr eventuelle Tipps für uns zukünftige Absolventen, wenn uns bald die Bewerbungsphase bevorsteht?

Alexandra: Bei mir war es tatsächlich ein längerer Prozess einen Job zu finden. Ich habe schon im Mai 2013 angefangen Bewerbungen zu schreiben. Bis November oder Dezember 2013 hat es dann auch gedauert. Insgesamt hatte ich circa sechs bis sieben Gespräche. Die Stelle bei der ich eine Zusage erhalten habe hat dann im Nachhinein auch wirklich gut zu mir gepasst, deswegen habe ich sie dann auch genommen.

Am Ende findet man genau das, was zu einem passt. Das Warten lohnt sich.

Wird man da nicht irgendwann entmutigt? Wenn viele Absagen kommen? Was hast du dagegen gemacht?

Alexandra: Ja, man darf sich wirklich nicht entmutigen lassen und sich einfach denken, dass sie vielleicht auch nicht zur mir passen. Meistens merkt man es erst hinterher, wenn man von anderen hört, die unzufrieden sind, und ist dann im Endeffekt doch froh, dass es nicht geklappt hat. Am Ende findet man aber genau das, was zu einem passt. Das Warten lohnt sich.

Anna: Ich sehe das ähnlich. Es hat immer einen Sinn, warum das so gekommen ist. In meiner Branche sind aber auch gute Kontakte wirklich enorm wichtig. Ohne diese ist es fast gar nicht möglich dort Fuß zu fassen. Mein Tipp an euch ist es, erst einmal in kleinen Unternehmen und Start-ups zu arbeiten. Um erste Erfahrungen zu sammeln ist das super, und man kann seinen Lebenslauf aufbauen. Bei mir hat mein Lehrbeauftragter damals ein gutes Wort für mich eingelegt, der war früher Ressortleiter beim Spiegel. Das hat natürlich enorm geholfen.

Mona, du hast ja nun auch einen längeren Bewerbungsmarathon hinter dir richtig?

Mona: Ja genau, das stimmt. Ich habe mich aber tatsächlich erst einmal nur bei zwei Unternehmen beworben- meine Top 2. Mein Plan war es sich nach hinten durchzuarbeiten. Ich würde euch raten, immer erst eure Top-Unternehmen zu nehmen und

Sammelt so viel Erfahrung wie möglich. Gerade Start-ups sind eine wirklich gute Möglichkeit dafür.

sich dann weiter runterzuarbeiten. Ein weiterer Tipp von mir ist es, so viel Erfahrung wie möglich zu sammeln. Ich hatte während meines Studiums immer verschiedene Werkstudentenjobs, gerade Start-ups sind eine wirklich gute Möglichkeit. Aber auch große Unternehmen wie Otto suchen oft Werkstudenten.

Findest du, dass die Bewerbungsgespräche für einen Vollzeitjob anders ablaufen als für einen Werkstudentenjob? Was hast du da für Erfahrungen gemacht?

Mona: Der Bewerbungsprozess beim Berufseinstieg ist schon etwas ganz Anderes. Auch die Anzahl der Gespräche ist höher beim Berufseinstieg und es gibt immer mehrere Runden. Ich kann euch auf jeden Fall raten, euch gut vorzubereiten. Die eigentliche Persönlichkeit ist nicht immer alles; es hilft auch, sich auf die klassischen Bewerbungsfragen vorzubereiten. Die Arbeitgeber wollen oft diese klassischen Antworten hören. Auch zum Unternehmen solltet ihr euch gut vorbereiten und einlesen. Auch sollte man wissen, was man vom Arbeitgeber möchte.

Fallen euch noch weitere Tipps ein, die wir bei Bewerbungsgesprächen eurer Meinung nach beherzigen sollten?

Alexandra: Was mir dazu einfällt ist, dass die Gespräche die am besten bei mir gelaufen sind, die waren, wo ich auf die Stichwörter aus der Stellenausschreibung eingegangen bin. Was habe ich schon gemacht, was zur Stelle passt? Gerade zum Thema Werkstudentenjob: Die sind wirklich sehr hilfreich. Während meines Masters habe ich bei Airbus gearbeitet, da guckt der Arbeitgeber schon ziemlich drauf.

Anna: Das ist ein sehr wichtiger Punkt: viele stecken in einem einzigen Job fest. Nach ein bis anderthalb Jahren sollte man sich was Neues suchen, einfach um seinen Horizont zu erweitern. Viel ausprobieren ist wichtig.

Alexandra: Mein Tipp wäre es nicht so nervös zu sein. Ich sage mir immer, dass die Firma sich ja auch auf mich bewirbt.

Mona: Genau. Man muss realisieren, dass man auf Augenhöhe darein geht. Die sollten genau das gleiche Interesse haben, wie du an ihnen.

Anna: Ich hatte einmal ein Black-out bei einem Bewerbungsgespräch. Ich war am dem Tag so gestresst und bin mit dem Taxi zum Gespräch gefahren. Dann konnte ich die einfachsten Dinge nicht beantworten. Deswegen ist mein Tipp sich Zeit zu nehmen, wenn man ein Bewerbungsgespräch an dem Tag hat.

Mona: Ich denke, dass es in so einer Situation auch wichtig ist ehrlich zu sein. Einfach Persönlichkeit zeigen und dazu stehen.

Anna: Ja, das habe ich auch gemacht und habe tatsächlich trotzdem eine Zusage bekommen. Aber es war trotzdem total unangenehm.

Alexandra: Fragen stellen ist auch immer wichtig, Man könnte sich zum Beispiel nach Weiterbildungsmöglichkeiten in dem Unternehmen erkundigen.

Man muss realisieren, dass man auf Augenhöhe darein geht. Das Unternehmen sollte das gleiche Interesse an dir haben, wie du an ihnen.

Das sind wirklich sehr gute Empfehlungen, danke dafür. Habt ihr denn zum Abschluss noch einen Goldenen Tipp für uns, den ihr uns mit auf den Weg könnt?

Mona: Ein Fun Fact ist, dass ich meinen jetzigen Job tatsächlich über Twitter bekommen habe. Ich habe dort einfach jemanden angeschrieben. Netzwerken ist wirklich das A und O. Selber die Initiative ergreifen und einfach auf die Leute zugehen, oder sie einfach mal anschreiben. Die Menschen sind oft-



mals wirklich sehr hilfsbereit, auch wenn man es nicht denken mag. Twitter hilft da wirklich. Viele Journalisten und auch Leute aus der Wirtschaft nutzen Twitter heutzutage. Das wäre mein Tipp an euch.

Wer was mit Medien macht, sollte auch im Netz gut vertreten sein. Ob Instagram, ein eigener Blog oder ein eigener Webauftritt. Die Leute finden einen dann schneller.

Anna: Wer was mit Medien macht, sollte auch im Netz gut vertreten sein. Ob Instagram, ein eigener Blog oder ein eigener Webauftritt. Die Leute finden einen dann schneller und man kann sich besser vernetzen. Es kostet allerdings wirklich viel Zeit. Xing ist auch super, darüber habe ich schon zwei Jobs gefunden. Ein Goldener Tipp wäre es, einfach auf sich selbst zu hören. Wie viel kann ich? Wo sind meine Grenzen? Wo stehe ich im Leben? Bin ich glücklich und wo will ich hin? Es gibt nicht immer nur den einen Weg. Man sollte sich auf keinen Fall verunsichern lassen.

Alexandra: Mein Tipp ist es, sich von Stellenanzeigen nicht verunsichern zu lassen. Es wirkt immer so, als wären 90 Prozent davon Muss-Kriterien und nur zehn Prozent Kann-Kriterien. In Wahrheit ist es aber



nicht so furchtbar wie es klingt. Im Endeffekt suchen die Unternehmen auch nur normale Menschen. Wenn ihr eine Stellenanzeige seht, die euch gefällt, probiert es einfach trotzdem.

Vielen Dank für das Interview und euer Vertrauen, das ihr uns entgegengebracht habt. Wir wünschen euch weiterhin alles Gute.

Die Gesprächsrunde fand am 10. Januar 2018 um 18 Uhr in der HAW Finkenau statt.

WIE LIEF DIE TALKSHOW DENN SO AB? – EINE ZUSAMMENFASSUNG.

Die Idee der Talkshow mit Alumni war es, ehemalige Studenten aus dem Bachelorstudiengang Medien und Information und dem Masterstudiengang Information, Medien, Bibliothek in unsere Fakultät Finkenau einzuladen, um sie in einer Diskussionsrunde zu befragen. Damit sollen Einblicke in ihren Werdegang nach dem Studium an der HAW möglich werden. Außerdem sollte damit herausgefunden werden, wie zufrieden die Studenten wirklich mit ihrem Studium waren und welche Studieninhalte ihnen in ihrem Job besonders weitergeholfen haben.

Beweggründe für ein Studium an der HAW

Das Wichtigste bei einer Talkshow ist, dass die Gäste kommunikativ sind. Und das sind sie zum Glück alle drei. Gerade die bunte Mischung des Studiums hat es allen drei Gästen angetan. Sie wollten sich im Vorfeld auf keine bestimmte Richtung festlegen. Die Praxisnähe und vor allem das angebotenen Praxissemester haben die drei Frauen von ihrem Studium überzeugt, das sie bis heute nicht bereut haben.

Praktikum – Top oder Flop?

Das Praktikum war für alle drei eine wertvolle Erfahrung. Auch im Anbetracht dessen, dass es ihnen gezeigt hat, in welchem Bereich sie später nicht arbeiten möchten. Jedoch konnten sie erste Berufserfahrung sammeln und damit einen ersten Fuß in die Arbeitswelt der Medien setzen.

Welche Studieninhalte und Module haben überhaupt etwas gebracht?

Die Gäste waren zum einen angetan von der breiten Fächerung des Studiengangs und von der Möglichkeit, sich in Form von Wahlpflichtmodulen auf spezielle Interessensgebiete zu spezialisieren. Dazu zählten beispielweise der Journalismus und die Informatikbranche. Gerade den Master in Information, Medien, Bibliothek können daher alle drei Gäste wärmstens empfehlen. Man hat während dieser zwei Jahre nur Wahlpflichtmodule und kann sich konkret auf seine Interessen spezialisieren. Von dem Namen des Studiengangs sollte man sich ihrer Meinung nach nicht abschrecken lassen. Allerdings sind gerade im Bachelorstudiengang die Fächer HTML und auch Statistik sehr hoch angesehen. Sie sehen damit einen enormen Vorteil gegenüber anderen Bewerbern. Auch die im Studium erlernten Soft Skills wurden gelobt; gerade bei der Leitung einer Projektgruppe sind sie von Vorteil.

Und wie ging es nach dem Studium weiter – Tipps für eine erfolgreiche Bewerbung

Tipps und Tricks für die eventuell bald anstehende Bewerbungsphase der Projektteilnehmer, hatten die Gäste einige parat. Zuerst einmal sind Kontakte in der Medienbranche enorm wichtig. Vor allem durch Werkstudentenjobs kann man wichtige Kontakte knüpfen und sich seinen Lebenslauf aufbauen. Die Gäste empfehlen zum ersten Start in der Branche in kleineren Unternehmen oder Start-ups zu arbeiten. Beim eigentlichen Bewerbungsgespräch ist es ratsam, sich bewusst zu sein, dass man auf Augenhöhe in das Gespräch geht. Das Unternehmen sollte genau das gleiche Interesse an einem aufweisen, wie man selbst an dem Unternehmen. Auch eine gute Vorbereitung auf das Gespräch ist unerlässlich. Der Bewerber sollte sich vorweg ausführlich über das Unternehmen informieren und auch Fragen an das Unternehmen parat haben.

Zusammenfassung der positiven Aspekte des Mul-Studiums

- breit gefächerter Studiengang;
- empfehlenswert, wenn man noch unsicher ist, in welche Richtung es gehen soll;
- im Master IMB kann man sich durch Wahlpflichtmodule spezialisieren;
- die erlernten Softskills sind einwandfrei;
- durch HTML-Grundkenntnisse setzt man sich von anderen Bewerbern ab;
- praxisnahes Studium;
- durch Praxissemester kann ein erster Fuß in die Branche gesetzt werden.

Zusammenfassung der Tipps für die erfolgreiche Jobsuche

- Kontakte knüpfen:
- durch Werkstudentenjobs Berufserfahrung sammeln;
- im Netz vertreten sein (Facebook, Instagram, Blog), um schneller gefunden zu werden;
- von Absagen nicht entmutigen lassen;
- von Stellenausschreibungen nicht verunsichern lassen.

10

Teil IV: PRESENTATION

Vom Datensatz zur Website.

Die Website »BelAmi Final Cut« ist, begleitend zum PDF-Reader, eine Plattform zur Präsentation der Projektergebnisse. Auf folgenden Verteilerseiten werden die Projektschwerpunkte präsentiert:

- Startseite – Kurze Vorstellung des Projekts: Was hat es mit BelAmi auf sich?
- Alles rund ums Studium – Die wichtigsten Fakten der Umfrageergebnisse
- Interviews – Vorstellung einiger Alumni in ihren derzeitigen Berufen
- Talkshow – Die wichtigsten Ergebnisse
- Tipps für MuI-Studenten – »Der goldene Tipp« in Zitataufbereitung
- Das Projekt in Zahlen – Detaillierte Zusammenfassung des Projekts und Hinweis auf PDF-Reader

Die Website zum Projekt besteht aus mehreren Unterseiten auf der HAW-Website. Dazu war es im Voraus nötig, eine Zugangsberechtigung für die Website freizuschalten.

Mit dem Programm Typo3 wurden nun die erforderlichen Unterseiten zum aktuellen Projekt in die HAW-Website eingepflegt. Unter dem Menüpunkt »Forschung« sind nun, neben der Vorgänger Studie »BelAmi revisited«, unter dem Punkt »BelAmi Final Cut« auch die Ergebnisse der aktuellen Studie zu finden.

Die Bilder 107 bis 109 zeigen die Bearbeitungsvorgänge am Beispiel der Startseite.

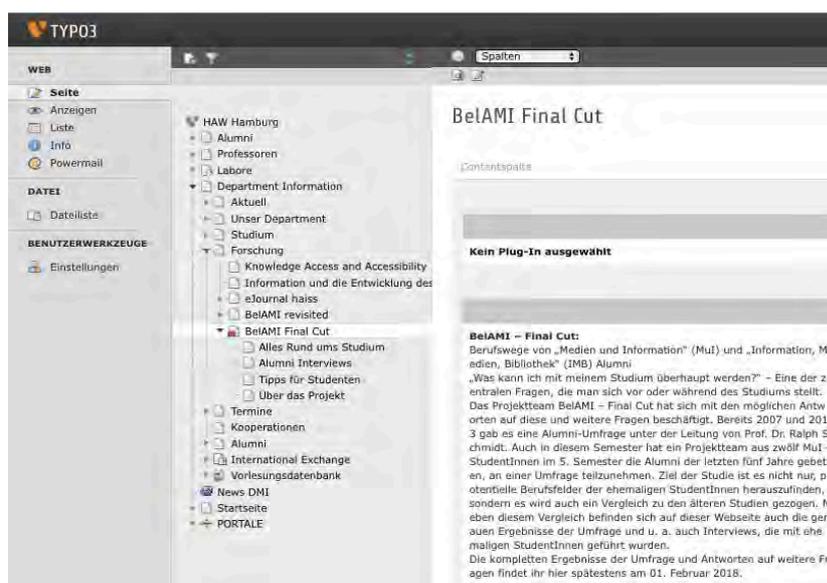


Bild 107: Anordnung der Startseite sowie der einzelnen Detailseiten BelAmi Final Cut auf der HAW-Website im Programm Typo3

Quicklinks

Fakultät Design, Medien und Information

DMI Department Information

- Aktuell
- Unser Department
- Studium
- Forschung
- Knowledge Access and Accessibility
- Information und die Entwicklung des Internets
- eJournal haiss
- BeAMI revisited
- BeAMI Final Cut
 - Alles Rund ums Studium
 - Alumni Interviews
 - Tipps für Studenten
 - Über das Projekt
- Termine
- Kooperationen
- Alumni
- International Exchange

Department Information > Forschung > BeAMI Final Cut

BeAMI – Final Cut:

Berufswege von „Medien und Information“ (Mul) und „Information, Medien, Bibliothek“ (IMB) Alumni

„Was kann ich mit meinem Studium überhaupt werden?“ – Eine der zentralen Fragen, die man sich vor oder während des Studiums stellt. Das Projektteam BeAMI – Final Cut hat sich mit den möglichen Antworten auf diese und weitere Fragen beschäftigt.

Bereits 2007 und 2013 gab es eine Alumni-Umfrage unter der Leitung von Prof. Dr. Ralph Schmidt. Auch in diesem Semester hat ein Projektteam aus zwölf Mul -StudentInnen im 5. Semester die Alumni der letzten fünf Jahre gebeten, an unserer Umfrage teilzunehmen. Ziel der Studie ist es nicht nur, potentielle Berufsfelder der ehemaligen StudentInnen herauszufinden, sondern es wird auch ein Vergleich zu den älteren Studien gezogen.

Wenn ihr noch ganz spezielle Fragen an Mul – oder IMB- Alumni habt, die ihr ehemaligen StudentInnen stellen wollt: kein Problem. Wir laden euch ein, im Januar bei den Alumni-Talkshows dabei zu sein. Am 10.01.2018 kommen Mul-Alumni und am 11.01.2018 IMB-Alumni zu Besuch.

Die kompletten Ergebnisse der Umfrage und Antworten auf weitere Fragen findet ihr hier spätestens am 01. Februar 2018.



Bild 108: Ausgabe der Startseite auf der HAW-Website

Bild 109: Bearbeitung der einzelnen Verteilerseiten – Einfügen von Text und Bildern

DIE DETAILSEITEN »RUND UMS STUDIUM« UND »INTERVIEWS«.

Warum eigentlich MuI studieren? – Alles rund ums Studium

Die Detailseite »Alles rund ums Studium« soll Studenten der HAW Hamburg zeigen, was das Bachelorstudium Medien und Information sowie der Masterstudiengang Information, Medien, Bibliothek für die Studenten in beruflicher Hinsicht bereithält. Diagramme und Grafiken zu den prägnantesten Ergebnissen der Alumni-Umfrage liefern hierzu die nötigen Informationen (Bild 110). Mit den Ergebnissen werden folgende Fragen beantwortet (Bild 111):

- Wie viel verdienen MuI-Absolventen?
- In welchen Branchen finden Sie Jobs?
- Welche Studieninhalte haben bei der Jobsuche geholfen?
- Ranking oder Übersicht mit den prägnantesten Ergebnissen
- In welchen Städten arbeiten die Absolventen?

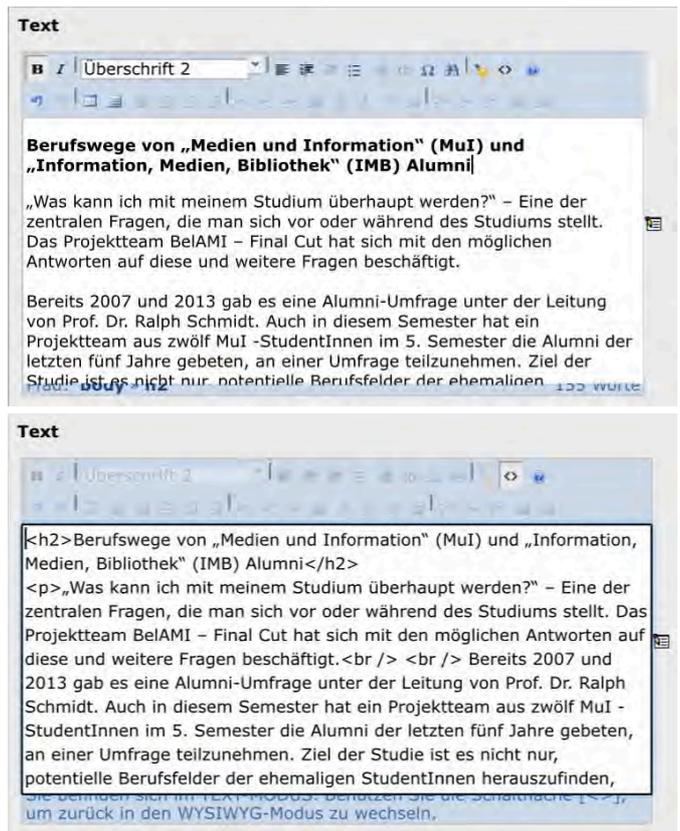


Bild 110: Einfügen von Texten im Textfeld oder als HTML-Code



Außerdem war es uns wichtig zu wissen, in welchen Branchen die Alumni einen Job fanden.

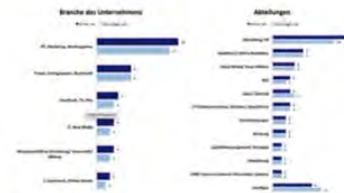


Abbildung 2: Branchen und Abteilungen, in denen die Alumni tätig sind.

Welche Unternehmen oder Agenturen die künftigen Arbeitgeber von MuI-Studenten sein könnten, zeigt die folgende Wortwolke.



Abbildung 3: Sammlung der Unternehmen und Agenturen, bei denen die Alumni eine Tätigkeit fanden

Über Geld spricht man nicht. Wir haben die Alumni zum reden bekommen und können uns nun vorstellen, was man mit einem Bachelorabschluss in der Medienwelt verdienen kann.

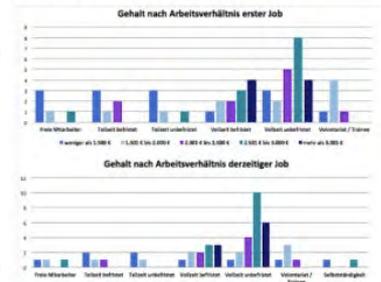


Abbildung 4: Anstellungsverhältnis und Gehalt in der ersten und derzeitigen Anstellung

72 Prozent der Alumni arbeiten immer noch im Studienort Hamburg.

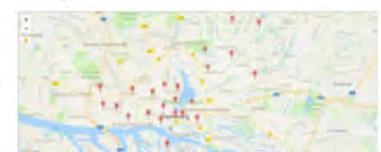


Bild 111: Ausgabe der Inhalte auf der Verteilerseite »Rund ums Studium«

Zudem werden mithilfe eines Vergleiches der Antworten aus den vorherigen Studien und den aktuellen Ergebnissen die Veränderungen der Branchen anschaulich gegenübergestellt (Bild 112).

Vergleich

Die Medienwelt verändert sich ständig. Mit neuen Technologien, entwickeln sich auch ständig neue Berufsfelder. Um diese Entwicklung aufzuzeigen, wurden die Studien der letzten Jahre miteinander verglichen. Nach einer ausgiebigen Analyse der Studien 2007 & 2013 haben sich fünf Hauptaspekte für den Vergleich herauskristallisiert. Diese lassen sich in folgende Kategorien unterteilen:

- **Branchen**

In welcher Branche arbeiten typische Mul-Alumni?

- **Tätigkeitsbereiche**

Welche Aufgaben übernehmen Mul-Alumni?

- **Studieninhalte**

Fehlende (=gewünschte) Studieninhalte – Rückblickend: Welche Inhalte wären im Studium sinnvoll gewesen?

Brauchbare (=vorhandene) Studieninhalte – Diese Studieninhalte können Alumni tatsächlich in ihrem Job anwenden

- **Berufsfindung**

Wie lange sind Alumni auf Jobsuche? Welche Strategien wenden sie dabei möglicherweise an?

- **Gehalt**

Hat sich das Gehalt der Alumni im Laufe der Jahre verändert?

Mul – Absolvent 2007

20 Prozent
fanden ihre erste Arbeitsstelle im
Presse- und
Verlagswesen

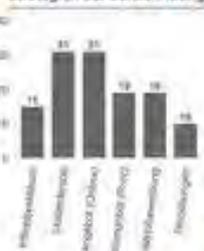
Erster Job

Presse und Verlagswesen	20%
IT & Callcenter, New Media	20%
Einzelhandel, PR, Werbung	19%
Büroarbeit, Film	13,6%
Nachrichten- & Journalismus	7,2%

77 Prozent
beobachten eine
Veränderung der
Anforderung an die
Arbeitnehmer durch
neue Technologien

31 Alumni
fanden über ihren
Studentenjob die
erste Arbeitsstelle

Strategien der Berufsfindung



Studieninhalte

38,9 Prozent
beurteilen die
Verwendbarkeit
der Studieninhalte
als gut

53 Alumni
arbeiten in dieser
Ausbildung

Arbeitsbereiche

Informationsorganisation	53
Arbeitsstellenanzeigen	53
Marketing und Vertrieb	53
Management & Planung	53
Arbeitsstellenanzeigen	53

30 Prozent
der Absolventen
verdienen zwischen
2001-2006 brutto
monatlich

Abbildung 6: Infografik mit den Umfrage-Ergebnissen der Studie 2007

Mul – Absolvent 2013

16,9 Prozent
fanden ihre erste
Arbeitsstelle in der
Kommunikations-
branche

Erster Job

Informationsorganisation	16,9%
Arbeitsstellenanzeigen	16,9%
Marketing/PR-Agentur	10,4%
Arbeitsstellenanzeigen	6%
Arbeitsstellenanzeigen	3,6%

24,4 Prozent
wünschten sich mehr
Marketing
in der
Ausbildung

48 Prozent
beurteilen die
Verwendbarkeit
der Studieninhalte
als gut

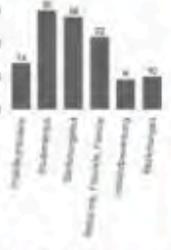
40 Alumni
arbeiten in
dieser
Ausbildung

Arbeitsbereiche

Informationsorganisation	40
Arbeitsstellenanzeigen	37
Marketing/PR-Agentur	37
Arbeitsstellenanzeigen	29
Arbeitsstellenanzeigen	17

24 Prozent
fanden über ihren
Studentenjob die
erste Arbeitsstelle

Strategien der Berufsfindung



21,6 Prozent
der Absolventen
verdienen zwischen
2007-2008 brutto
monatlich

Abbildung 7: Infografik mit den Umfrage-Ergebnissen der Studie 2013

Mul – Absolvent 2018

30,1 Prozent
fanden ihre erste
Arbeitsstelle in der
PR und Marketing
branche

Erster Job

PR/Marketing	30,1%
Presse/Verlagswesen	12,6%
Büroarbeit, TV, Film	7,9%
Arbeitsstellenanzeigen	6,3%
IT/New Media	6,3%

33 Alumni
arbeiten in dieser
Ausbildung

16,9 Prozent
beurteilen die
Verwendbarkeit
der Studieninhalte
als gut

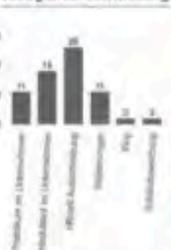
17 Alumni
arbeiten in
dieser
Ausbildung

Arbeitsbereiche

Informationsorganisation	17
Arbeitsstellenanzeigen	7
Marketing/PR	7
Arbeitsstellenanzeigen	7
Arbeitsstellenanzeigen	7

26 Alumni
fanden über ihren
Studentenjob die
erste Arbeitsstelle

Strategien der Berufsfindung



13,1 Prozent
der Absolventen
verdienen zwischen
2011-2016 brutto
monatlich

Abbildung 8: Infografik mit den Umfrage-Ergebnissen der Studie 2018

Bild 112: Ausgabe der Vergleichsinhalte auf der HAW-Website

Eine Reise in die Zukunft – das Berufsleben nach einem Studium an der HAW Hamburg

Mithilfe von persönlichen Interviews mit einigen MuI- und IMB-Alumni konnte ein Blick hinter die Kulissen der Berufswelt in der Medienbranche geworfen werden. Um einen vielfältigen Eindruck der Medienwelt abbilden zu können, werden die wichtigsten Erkenntnisse, hilfreichsten Antworten und witzigsten Fun-Facts aus den Interviews auf dieser Verteilerseite gesammelt (Bild 113).

Um die große Vielfalt der Medienberufe widerspiegeln zu können, wurde eine möglichst abwechslungsreiche Auswahl der Interviews getroffen (Bild 114). Von den insgesamt zwölf geführten Interviews wurden vier ausgewählt und auf die interessantesten Aussagen gekürzt, damit der Besucher der Website möglichst auf einen Blick alle relevanten Antworten findet. Die Auswahl fiel dabei auf folgende Interviews:

- Mario Galla, da er in einem interessanten Arbeitsverhältnis steht: zum Teil in der Selbstständigkeit als Model und Influencer und zum Teil in der Anstellung als Online-Marketing-Manager bei der Zeit;
- Rebecca Klose als SEO-Spezialistin bei dem Start-up-Unternehmen OTL – Online Trainer GmbH;
- Nina Halbig, Projektmanagerin bei der Digitalagentur Fork;
- Lisa Bickhardt, Digital Consultant bei Faktor 3: in nur 3 Jahren vom Volontariat bis zum Digital Consultant.

Die gelisteten Interviews wurden ausgewählt, da sie die Vielfalt der Medienbranche wiederspiegeln und einen abwechslungsreichen Einblick in die Berufswelt der Alumni ermöglichen.

The screenshot shows the HAW Hamburg logo at the top left. Below it is the navigation menu for the Faculty of Design, Media and Information (DMI), with 'Department Information' selected. The main content area displays the breadcrumb 'Department Information > Forschung > Alumni Interviews' and the title 'Eine Reise in die Zukunft - Das Berufsleben nach einem Studium an der HAW Hamburg'. The article text begins with 'Geht es in einer Moderation wirklich zu wie bei „Der Teufel trägt Prada“?' and 'Bedeutet IT = NERD?'. It then asks 'Was genau macht ein Marketingmanager eigentlich?' and 'Und was war noch gleich dieses SEO?'. The main text describes the project 'BelAmi- Final Cut' and mentions interviews with alumni. It also notes that on 10.01.2018 MuI-Bachelor graduates and on 11.01.2018 IMB-Master alumni were invited for talks. The article concludes by stating that the most important insights and fun facts were collected on the following pages.

Bild 113: Gestaltung der Verteilerseite »Interviews« auf der HAW-Website



Selbstständig und angestellt: The best of both worlds

Als *Mul-Studierender* sollte man den Namen Mario Galla zumindest schon einmal gehört haben. Nicht nur, weil er 2014 sein Bachelorstudium an der HAW erfolgreich abgeschlossen hat, sondern weil er eine Person des öffentlichen Geschehens ist. Genau er gesagt: Ein Topmodel mit Handicap. Seit seinem dritten Lebensjahr trägt er eine Beinprothese, was seinem Erfolg als Model aber nicht im Wege zu stehen scheint. Doch dies ist nicht sein einziges Standbein. Mario Galla ist seit zweieinhalb Jahren als Online Marketing Manager beim Zeitverlag in Hamburg angestellt. In der Kantine des ZEIT-Gebäudes erzählt er mir mehr über seine Karriere in der Medienbranche.

In der Umfrage haben wir nach dem goldenen Tipp für uns Studierende gefragt. Was ist deiner für uns?

Ich würde empfehlen seinen Interessen nachzugehen. Das zu machen, wofür man eine Affinität hat. Vielleicht mehr auch irgendwann, dass die Medienbranche doch nichts für einen ist. Und dann würde ich auch dazu raten etwas ganz Anderes zu machen. Sei es Biologie zu studieren oder einen Kiosk aufzumachen. Ich selbst bin ein Bauchgefühl-Mensch. Ich habe nie gesagt ich muss Medizin studieren, weil ich weiß, dass man als Arzt viel Geld verdienen kann. Ich wollte etwas studieren, was mich interessiert und das waren eben Medien. Ich habe bis heute nicht das Interesse verloren. Deswegen rate ich, mach das, was dich wirklich interessiert und schau nicht zu viel auf Geld.

Hast du neben dem Studium noch andere Qualifikationen?

Ich arbeite seit zehn Jahren als Model und jetzt auch immer mehr als sogenannter Content-Creator, was ja quasi das neue Wort für Influencer ist. Ich denke mir etwas aus, um die Werbetafel einer Marke in den Markt tragen. Das ist breit gefächert, das können Vorträge für Unternehmen sein oder klassische Modelkampagnen. Das mache ich auch noch immer nebenbei.

Und wieso nicht hauptberuflich?

Das war tatsächlich längere Zeit mein Hauptstandbein. Ist es auch noch, wenn man es am reinen Ertrag des Geldes misst. Das Leben als Model, bringt eine Zeit lang echt Spaß und ist interessant, aber dazu auch super anstrengend und es fehlt dir Input. Mit Bezug auf mein Studium wollte ich zum Model/TV-Kosmos noch eine Parallele schaffen, die mich da rausholt und auf der Ebene ich mich weiterentwickeln kann. Natürlich hätte ich auch eine eigene Agentur gründen können, aber das war mir viel zu komplex und anstrengend. Ich habe eineinhalb Jahre von zu Hause alleine Kunden akquiriert, das war unglaublich intensiv, da ich echt alles alleine machen musste. Das heißt ich musste alle Treffen mit potentiellen Kunden selbst wahrnehmen und habe dabei auch viele Absagen bekommen. Da lass ich mich lieber in ein Unternehmen fallen und schaue, dass ich noch viel lerne. Inzwischen habe ich als Model auch ein Netzwerk und gehe aktiv mit Konzepten für Kampagnen auf Kunden zu. Da merke ich, dass mittlerweile immer mehr beide Felder zusammenführen und ich die Fähigkeiten, die ich in diesen Bereichen habe, nutzen kann.

Wie würdest du den Aufgabenbereich in deinem aktuellen Job bei der ZEIT beschreiben?

Es geht darum bezahlte Probe-Absos zu generieren. Dafür denken wir uns als Team Kampagnen aus und ich setze die für alle Social-Media-Kanäle um. Wenn du ein Banner von der Zeit auf Facebook siehst, dann habe ich den höchstwahrscheinlich gemacht und auch geschaltet. Das heißt ich kümmerge mich um alle Kampagnen, die online auf Facebook, Instagram, Twitter und Co. stattfinden. Zu Freunden oder Familie sage ich ganz einfach, ich mache Facebook-Werbung für die ZEIT. Das hört sich nach nicht viel an, aber da steckt einiges hinter.



HOME OFFICE – FÄLLT EINEM DA NICHT DIE DECKE AUF DEN KOPF?

Arbeiten in Jogginghose? Für Rebecca Klöse kein Problem! Denn sie hat das Privileg jeden Tag von zu Hause aus zu arbeiten – ob es ein Vor- oder Nachteil ist, verrät sie uns in diesem spannenden Interview. Vom Schmeißen des ersten Jobs, welcher ein sicheres Einkommen und einen geregelten Arbeitsalltag mitbrachte, bis hin zum völligen Neuland eines Start-up-Unternehmens. Von dieser jungen Frau werden wir in den nächsten Jahren sicherlich noch einiges hören.

REBECCA KLOSE ÜBER IHREN SPANNENDEN JOB ALS SEO-SPECIALIST BEIM START-UP OTL - Online Trainer GmbH

Du hast gesagt, dass du durch die ehemalige Dozentin an deinen ersten Job gekommen bist? Wie genau lief das ab?

Ja genau, das hat sich echt super gut für mich ergeben. Im dritten Semester hatte ich einen SEO-Wahlplückkurs und ich bin dort ohne jegliche Erwartungen und Vorwissen reingegangen. Und dann saß ich da jeden Dienstagabend, das werde ich nie vergessen, und ich habe es einfach nur aufgesaugt. Es war so spannend! Und die Dozentin brante auch total dafür. Das hat sie dann auch so rübergebracht. Nach meinem Praxissemester war ich dann auf der Suche nach einem Werkstudentenjob und ich dachte mir ich frage sie einfach mal, ob sie von jemandem weiß, der eine Stelle vergibt. Ich mein, sie hat es mir ja beigebracht, sie weiß ja wie viel ich kann, oder halt auch nicht kann. Dann habe ich ihr einfach eine E-Mail geschrieben. Und sie hatte tatsächlich etwas frei in ihrer Firma. Dann konnte ich da anfangen und wurde danach dann auch übernommen.

Nun hast du ja gesagt, dass nach einem Jahr deinen Job an den Nagel gehangen hast um für ein Start-up-Unternehmen zu arbeiten. Wie kam es zu dem Entschluss? Hastest du bei der Entscheidung auch manchmal bedanken, dass es vielleicht doch keine so gute Idee war?

Ja klar, Bedenken gab es natürlich. Das war natürlich ein Sprung ins kalte Wasser. Weil ich jetzt wirklich von meinem relativ gut bezahlten Job ins kleine Start-up wechseln, mit einer erstmal schlechteren Bezahlung? Zudem ein kleineres Team, welches ich nicht einmal kannte. Aber irgendwie hatte ich so Lust darauf das zu machen. Und letztendlich war es die richtige Entscheidung. Ich mache endlich alles selber und habe am Ende des Tages das Gefühl: „Du hast heute etwas optimiert!“

Das hört sich doch gut an! Welche Vorteile hat ein Start-Up Unternehmen denn gegenüber einer größeren Agentur?

In der Agentur hatte ich halt meine drei Kunden und habe diese betreut. Fachlich habe ich in der Agentur sehr viel gelernt. Allerdings bin ich jetzt seit sechs Monaten in meinem neuen Job und ich habe in der Zeit so viel gelernt, wie ich vorher die ganze Zeit in der anderen Firma nicht gelernt habe. Im Start-Up musst du so viel eigenverantwortlich machen, dass du dich einfach weiterentwickeln musst. Dann heißt es: „Ja Becci, mach mal einen Blog!“ Plötzlich setzte ich einen eigenen Blog auf, bin Blogredaktionsleiterin und habe drei Leute die für mich Blogartikel schreiben, die ich koordinieren muss. Es fallen einfach tausende von Sachen an. Man lernt extrem viel dazu, auch im Projektmanagement. Außerdem ist das Team viel jünger und wir haben viele gemeinsame Interessen. Leider sehe ich meine Arbeitskollegen aber ja nicht so oft...

... da du im Home-Office arbeitest, richtig?

Ja genau. Meetings finden bei uns nur über Skype statt. Die Kollegen kommen von überall her: aus Dublin, Wien, Berlin, Hannover und Hamburg. Das ist schon immer sehr spannend!



Alles unter einem Hut - Als Projektmanagerin in einer Digitalagentur

Du arbeitest bei Fork als Junior Projektmanager. Hastest du schon immer vor, in der Agenturbranche zu arbeiten?

Man muss ein bisschen differenzieren. Projektmanagement wollte ich von vornherein gerne machen in einer Agentur zu arbeiten war nicht geplant. Dort bin ich ein bisschen reingerutscht, da ich im 5. Semester des Bachelors ein Praktikum machen musste, was ich in Hamburg bei Jung von Matt absolviert habe. Ich hatte noch keine Ahnung von der Branche, aber als ich dort ein halbes Jahr als Projektmanagerin gearbeitet habe, fand ich es vor allem im digital Bereich total spannend. Aber Agentur war nicht konkret geplant, das hat sich durch das Praktikum ergeben.

Wie könnte denn ein typischer Arbeitsalltag als Projektmanager aussehen?

Ja, das ist schwierig zu verallgemeinern. Natürlich kommst du erstmal an, machst dir einen Kaffee und rufst deine Mails ab. Hoffst das über Nacht nicht irgendwas Schlimmes passiert ist und falls doch, wird das als erstes angegangen. Ansonsten ist es sinnvoll sich am Ende oder Anfang der Woche einen Plan zu machen, was genau ansteht und dann diesen Plan tageweise abzuarbeiten. Man kann aber nicht generell sagen, was ein Projektmanager jeden Tag für Aufgaben hat. Da gehören verschiedene Bereiche zu, wie Buchhaltung, Rechnungen und Kostenvorschläge schreiben, aber vor allem die Kommunikation mit dem Kunden. Da kommt es auf den Kunden an, manche wissen sehr genau was sie möchten, andere wiederum wollen gerne beraten werden und freuen sich über Input aus der Agentur. Dort geht es dann viel um organisatorische Aufgaben, es müssen Statuslisten gepflegt werden, die Aufgaben im Team sinnvoll verteilt und vor allem Ressourcen rechtzeitig gebucht werden, damit dann auch wirklich jemand nächste Woche Zeit für den Kunden hat. Die Aufgaben sind also vor allem von den Gegebenheiten am Tag abhängig. Du kannst nicht pauschal sagen, wie ein typischer Arbeitstag aussieht.

Welche Charakterzüge muss man mitbringen, um deinen Job ausüben zu können? Ganz nach dem Motto: „Mein Beruf ist was für dich, wenn...“

Kommunikationstalent ist auf jeden Fall wichtig. Vor anderen Leuten zu sprechen, auch Kunden, die man noch nie persönlich getroffen hat, etwas am Telefon zu erklären. Das ist sowas, was man im Studium nicht unbedingt lernt, sondern einfach so kommt. Besonders wichtig ist aber auch die Freude daran, etwas zu organisieren. Organisationstalent sollte man schon haben, denn es gibt nichts Schlimmeres als chaotische, nicht organisierte Projektmanager. Da merkt das Team schnell, dass es sich selbst organisieren muss und das sollte gerade der Job des Projektmanagers sein, als Schnittstelle zwischen Gewerken und dem Kunden. Wenn man daran keinen Spaß hat, sollte man nicht ins Projektmanagement gehen. Kommunikation und Organisation sind das A und O, dann gibt dir der Job auch unheimlich viel zurück, weil du an jedem einzelnen Schritt im Projekt involviert bist und von Anfang bis Ende mitbekommst und den Überblick über alles behältst. Was ich von Anfang an sehr cool fand. Das du halt derjenige bist, der die Fäden in der Hand hat, der dann am Ende natürlich auch schuld ist, wenn mal was nicht läuft und man bleibt dann auch mal mit dem Team bis zum Ende, wenn noch etwas erledigt werden muss und geht nicht um Punkt 18 Uhr. Du musst dann halt verstehen, dass du dafür verantwortlich bist.

Bild 114: Gestaltung der Interviews auf der HAW-Website

PLANUNG, ERSTELLUNG UND PFLEGE DER UNTERSEITE »ALUMNI-TALKSHOW«.

Ein Thema auf der Website »BelAmi Final Cut« behandelt die Interviews. Zu diesem Thema gibt es noch einmal eine Unterseite mit dem Schwerpunkt »Alumni-Talkshow«.

Das Konzept der Unterseite

Die am 10.01.2018 durchgeführte Alumni-Talkshow mit drei ehemaligen Studenten der Studiengänge »Medien und Information« sowie »Information, Medien, Bibliothek« sollte ebenfalls auf der Website des Projekts dargestellt werden. Hierzu sollten sowohl ein während der Talkshow aufgenommenes Video als auch weitere Informationen zu den Gästen und den wichtigsten Erkenntnissen aus der Diskussionsrunde präsentiert werden. Diese sollen dazu dienen, Bewerbern oder auch schon Studierenden der Studiengänge Tipps und Anregungen zu ihrer Bachelorarbeit, Bewerbungen oder ihrer weiteren beruflichen Laufbahn zu geben.

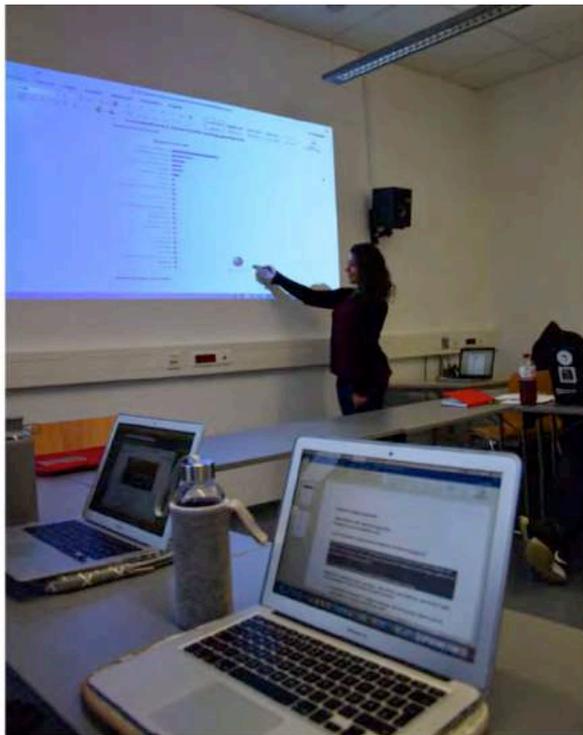
Die Erstellung der Unterseite

Zuerst wurde hierfür mithilfe von Typo3 eine Unterseite der »Alumni Interviews« im Backend der

HAW-Website erstellt. Danach sollte das Video der Talkshow eingefügt werden, was leider aufgrund von Tonproblemen nicht ermöglicht werden konnte. Somit wurde das Hauptaugenmerk auf die wichtigsten Aussagen der Alumni gelegt, die in auffälliger Form eingefügt wurden, um sofort ins Auge zu stechen. Neben den Erkenntnissen aus der Diskussionsrunde wurden außerdem die Kandidaten mit einem Bild und einer kurzen Beschreibung ihrer Person hinzugefügt.

Ergebnisse und Schlussfolgerungen

Da sich viele Studierende dafür interessieren, was die ehemaligen Studenten ihrer Studiengänge heute machen, wurde die Talkshow ins Leben gerufen. Die Studierenden wurden dazu eingeladen, konnten jedoch nicht dabei sein oder wussten eventuell nicht von der Talkshow. Für diese Personen wurde die Website mit allen Infos und Erkenntnissen aus der Diskussionsrunde erstellt. Aber auch wer noch einmal nachschauen und -lesen will, welche Tipps die Alumni mit auf den Weg gegeben haben, kann dies auf der Website tun.



Die Projektarbeit

Wenn ihr euch die komplette Studie mit ihren Ergebnissen ansehen wollt, könnt ihr sie unter folgendem Link als PDF-Reader finden: **BelAMI Final Cut – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information** (Link PDF-Reader)

In der ersten Phase, der Konzept-Entwicklung, wurde sich darauf geeinigt, dass sowohl die MuI-Alumni wie auch die IMB-Alumni in unserer Studie untersucht werden sollten. Außerdem wurde alle wichtigen Punkte, wie zum Beispiel die regelmäßigen Meetings am Donnerstag und die grobe Aufteilung des Projektes in die vier Phasen besprochen.

Zur Vorbereitung gehörte beispielsweise die Auswahl eines geeigneten Umfrage-Tools sowie die Verifikation der vorliegenden Adressen aus der Alumni-Datenbank.

Der Hauptteil des Projektes fand in der dritten Phase, der Untersuchung, statt. Hier wurde von einer Teilgruppe jeweils ein Fragebogen an 237 MuI-Alumni und ein zweiter Fragebogen an 96 IMB-Alumni versandt. Eine andere Gruppe hat die gesammelten Daten danach ausgewertet und aufbereitet. Parallel wurde gekuckt, wer sich von den Alumni zu einem Interview oder einer Talkshow bereit erklärt hat. Unter diesen Alumni wurde dann eine Auswahl getroffen und die jeweiligen Personen wurden zum Interview oder der Talkshow eingeladen, um detaillierter mit ihnen über ihren beruflichen Werdegang sprechen zu können. Außerdem wurde in der dritten Phase mit dieser Website begonnen, um euch einen Eindruck von unserem Projekt und den gesammelten Ergebnissen zu verschaffen.

Mit dem neuen Jahr begann auch die letzte Projektphase, die Darstellung. In dieser wurde die Website optimiert und auch ein PDF-Reader zu all den Ergebnissen des Projektes erstellt. Zudem wurde am 01.02.2018 neben all den anderen Projektpräsentationen der Fünftsemester eine Präsentation über das Projekt "BelAMI Final Cut" gehalten.

Behind the Scenes



Das Projektteam

Bild 116: Screenshots aus der Website »Über das Projekt«

Zum Schluss. Sieben Goldene Tipps.

Nach all den Informationen, die das Projekt BelAMI Final Cut geliefert hat, folgen nun noch einige Tipps der Alumni, die besonders aussagekräftig waren. Sie kommen von Absolventen verschiedenster Branchen, doch können am Ende vermutlich allen ein wenig weiterhelfen.

Wie viele Kugelschreiber man für den ersten Tag in der Tasche haben sollte, um welches Mittagsmenü man in der Mensa lieber einen großen Bogen machen sollte und wo man den besten Kaffee herbeikommt sind wichtige Fragen für Studenten. Doch, was macht man, wenn man den letzten Kaffee ausgetrunken hat und die letzte Klausur geschrieben ist? Wie findet man sich in der Berufswelt zurecht und wie bekommt man den richtigen Einstieg hin? Damit man nach den sechs Semestern nicht mit einem großen Fragezeichen den Campus verlässt, haben Alumni des Studiengangs Medien und Information ihre Goldenen Tipps preisgegeben.

Sammele Berufserfahrung neben dem Studium.

Projektmanagerin in der Abteilung Beratung in der Branche IT, New Media

Während des Studiums bekommt man in zahlreichen Seminaren und Vorlesungen viel theoretisches Fachwissen vermittelt. Umso wichtiger ist es, dass man als Student nebenbei arbeitet, um den praktischen Bezug zu erkennen. Man sollte die Zeit seines Studiums sinnvoll dafür nutzen, um erste Berufserfahrung zu sammeln. Somit wird die Theorie mit der Praxis verknüpft und man bekommt einen besseren Eindruck, wofür man die Studieninhalte später einmal braucht. Außerdem wertet bekanntermaßen jede Berufserfahrung deinen Lebenslauf auf und erhöht deine Attraktivität für zukünftige Arbeitgeber

Networking. Networking. Networking.

Content Marketing Managerin in der Musikbranche

Natürlich ist es wichtig, dass dein Lebenslauf anspruchsvoll ist und optimaler Weise mit Namen von renommierten Firmen aufwarten kann. Aber im Leben geht nichts über das allseits bekannte Vitamin B. Deshalb gilt: knüpfe so viele Kontakte wie möglich. Gehe auf Networking-Veranstaltungen, die von Xing beispielsweise ins Leben gerufen werden, trinke Kaffee mit deinen Kollegen während deines Praktikums und gehe mit deinen Kommilitonen auf Univeranstaltungen. Kurz gesagt: sei kontaktfreudig. Man weiß nie, wen man im Leben nochmal trifft. Vielleicht erhältst du durch einen deiner Kontakte wertvolle Tipps, welches Unternehmen noch genau nach dir sucht.

Sei offen und unverbraucht.

Volontärin im Rundfunk

Natürlich sollte man nicht jeden Job annehmen ohne sich vorher darüber Gedanken zu machen, ob dieser zu einem selbst auch passt. Aber, gerade beim Einstieg ins Berufsleben, sollte man nicht zu wählerisch sein. Überlege dir vorher genau auf was du nicht verzichten kannst bei einem Job und was nicht unbedingt notwendig ist, damit du dich dort wohlfühlst. Bei vielen Unternehmen gibt es mittlerweile frisches Obst, Yoga-Kurse und andere Angebote. Aber geht es nicht vorübergehend auch mit einem selbstmitgebrachten Apfel? Du hast bisher nie darüber nachgedacht etwas mit Suchmaschinenoptimierung zu machen, weil IT einfach nicht dein Ding ist? Macht nichts. Vielleicht offenbart der Job Facetten, die du bisher noch gar nicht für möglich gehalten hast. Und, wenn nicht, dann bringt dich auch diese Erfahrung weiter.

Das Stichwort lautet: Schattenspiel.

Business Intelligence Engineer im E-Commerce, Online Handel

Seid offensiv und fragt eure Kollegen bei der Arbeit nach Schulterblick-Terminen. Das bedeutet, dass ihr sie bei Terminen begleitet, ohne selbst aktiv dabei zu sein. Ihr beobachtet die Kommunikation, die Situation und die Abläufe. So lernt ihr das Unternehmen und den Job aus einer neuen und vermeintlich anderen Perspektive kennen. Dabei solltet ihr euch während der Meetings natürlich etwas zurückhalten. Danach solltet ihr euch allerdings nicht scheuen eurem Kollegen Fragen zu stellen.

Ergreif die Initiative.

Webvideoredakteur im Rundfunkbranche

Wartet nicht immer auf die perfekte Ausschreibung an Jobs, sondern ergreift selbst die Initiative und schreibt einem Unternehmen, das euch zusagt. Initiativbewerbungen preisen viele Unternehmen auf ihren Websites ausdrücklich als Option sich zu bewerben an. Viele scheuen sich noch davor einfach eine Bewerbung loszuschicken, ist aber eine gute Möglichkeit von sich hören zu lassen.

Kenne deinen Wert.

IT-Beratung in der Branche IT, New Media

Im Berufsleben kommt es oft primär darauf an, wie man sich verkauft. Wenn man selbstbewusst in ein Bewerbungsgespräch geht, steigen die Chancen den Job zu bekommen. Man sollte sich vorher klar machen, was man verlangen kann und zu bieten hat. Wie profitieren das Unternehmen und die Abteilung von dir? Wenn man sich seine Stärken und Fähigkeiten bewusstmacht, kann man seinen eigenen Wert auch besser einschätzen. Und, auch wenn man gerade zu Beginn nicht zu wählerisch sein sollte – wenn die Vorstellungen zu weit auseinandergehen, sollte man lieber weitersuchen, anstatt sich unter Wert zu verkaufen.

Studiere mit Weitblick.

Marketing & Social Media Managerin in der Tourismusbranche

Auch, wenn das Studium natürlich dafür da ist herauszufinden, was man beruflich machen möchte und wo seine eigenen Interessen liegen. Eine Grundidee davon, wo es hingehen soll, sollte bereits zu Beginn des Studiums vorhanden sein. Denn, will man in dem Bereich nach dem Bachelor tätig werden, sollte man dort frühzeitig Berufserfahrung sammeln.

Takeaways. BelAMI Final Cut.

RECHERCHE UND ERSTELLUNG DER UMFRAGE.

- Nach einer Recherche zu Umfrage-Tools wurde das Tool UmfrageOnline für die Erstellung der Umfrage ausgewählt. Der Fragebogen wurde unter anderem mittels Personas getestet.
- Die Alumni wurden in Abständen von jeweils einer Woche in Form eines E-Mail-Reminders daran erinnert, den Fragebogen auszufüllen. Insgesamt wurden drei verschickt.
- An 234 von insgesamt 249 Bachelor-Alumni wurde nach der Kontaktdatenrecherche der Fragebogen verschickt. Bei den Mastern wurde die Umfrage an 81 von 87 Alumni verschickt.
- Die Umfrage wurde von 101 Bachelor-Alumni und 41 Master-Alumni ausgefüllt. Damit wurde das Ziel von 50 Prozent anders als bei den Master-Alumni bei den Bachelor-Absolventen nicht erreicht.

• ERGEBNISSE DER BACHELOR-UMFRAGE.

- 33 Prozent der Alumni können die Mul-Studieninhalte in ihrer derzeitigen Berufstätigkeit gut beziehungsweise sehr gut verwenden. 28 Prozent weniger beziehungsweise überhaupt nicht.
- »Kommunikation und Präsentation« kann von den Alumni am besten in ihrem jetzigen Beruf verwendet werden. Medientheorie und Berufsfeldanalyse (eine Nennung) werden von Befragten gar nicht mehr im Berufsleben gebraucht.
- Mit 15 Nennungen war (Online-)Marketing einer der Kurse, den sich die Bachelor-Alumni am meisten im Studium gewünscht hätten.

- 75 Prozent der befragten Mul-Absolventen fanden ihr Praktikum hilfreich beziehungsweise sehr hilfreich.
- Insgesamt 83 Prozent aller Bachelor-Alumni würden sich auf jeden Fall oder unter anderen Umständen nochmal für den Bachelor in Medien und Information entscheiden.
- Durchschnittlich 4,5 Monate nach Zeugnisübergabe haben die Bachelor-Alumni ihren ersten Job begonnen.
- Die meisten Bachelor-Alumni arbeiten in einem Unternehmen der PR-, Marketing-, Werbeagentur-Branche.
- Insgesamt verdient die Mehrheit der Bachelor-Befragten zwischen 2501 Euro und 3000 Euro beim derzeitigen Job.
- Ein angenehmes Arbeitsklima ist den Bachelor-Alumni in der Arbeitssituation am wichtigsten.

• ERGEBNISSE DER MASTER-UMFRAGE.

- 25 der Alumni haben sich aufgrund besserer Aufstiegschancen im Job für einen Master entschieden.
- 72 Prozent der Alumni waren mit dem Masterstudium zufrieden bis sehr zufrieden.
- 51 Prozent der Alumni würden den Master Information, Medien und Bibliothek noch einmal studieren.
- Im Durchschnitt haben die Alumni nach 1,4 Monaten ihren ersten Job begonnen.

- Die meisten Master-Alumni arbeiten in einem Unternehmen der PR-, Marketing-, Werbeagentur-Branche.
- 20 Alumni sind im ersten Job in Vollzeit unbefristet eingestellt. Insgesamt verdienen 20 der Befragten beim derzeitigen Job mehr als 3000 Euro.
- Ein angenehmes Arbeitsklima ist den Master-Alumni in ihrem Job am wichtigsten.

• INTERVIEWS.

Übers Studium

- Besonders im Online-Marketing lassen sich die Inhalte des MuI-Studiengangs gut anwenden.
- MuI-Absolventen sind breit aufgestellt und haben dadurch viele Möglichkeiten.
- Der Master bildet Führungskräfte aus.
- Es ist gut, wenn man sich im Studium nicht nur auf einen Bereich spezialisiert, sondern flexibel für weitere Möglichkeiten bleibt.

Tipps zur Bewerbung

- Es reicht aus, sich nach der Masterarbeit zu bewerben. Man muss sich nicht parallel dazu stressen.
- Man sollte während der Praktika und Studententjobs möglichst viele Kontakte knüpfen und diese zum Beispiel über Xing halten.
- Man sollte sich immer bewerben, wenn man einen Job gerne haben möchte, auch wenn man die Stellenausschreibung nicht zu 100 Prozent erfüllt.
- Man sollte sich Mühe für die Bewerbung geben und sich auf das Vorstellungsgespräch ausreichend vorbereiten.
- Studium und Praktika können die Angst vor dem Arbeitsleben nehmen.

Tipps zum Berufsleben

- Man muss keine Angst davor haben, neue Bereiche kennenzulernen, die während des Studiums weniger behandelt wurden oder einem schwerer gefallen sind.
- Man sollte viel Wert darauflegen, sich bei seiner Arbeit wohl zu fühlen und die Tätigkeit gerne zu machen, um eine gute Leistung erbringen zu können.

- Berufliche Entscheidungen sollten immer nach persönlichem Interesse getroffen werden.
- Als Berufseinsteiger ist es sinnvoll, den Job nach einigen Jahren noch einmal zu wechseln.

Berufe

- Als Produktmanager muss man Spaß an Organisation haben, kreativ und offen sein. Die Arbeit ist abwechslungsreich: Events, Mailings, Werbemaßnahmen müssen koordiniert und geplant werden.
- Für den Job der Bibliothekarin muss man offen sein und auf Menschen zugehen können.
- Im Verlagswesen können viele Stellen nur durch die Verschiebung auf digitale Veröffentlichung gehalten werden.

• TALKSHOW.

Positive Aspekte des Bachelor- und Masterstudiums

- Es ist ein breit gefächertes und praxisnahes Studium.
- Das Studium an der HAW ist empfehlenswert, wenn man noch unsicher ist, in welche Richtung es gehen soll.
- Im Master IMB kann man sich durch Wahlpflichtmodule spezialisieren.
- Die erlernten Softskills sind einwandfrei.
- Durch HTML-Grundkenntnisse setzt man sich von anderen Bewerbern ab.
- Durch das Praxissemester kann ein erster Fuß in die Branche gesetzt werden.

Tipps für die erfolgreiche Jobsuche

- Kontakte knüpfen.
- Durch Werkstudententjobs Berufserfahrung sammeln.
- Im Netz vertreten sein (Facebook, Instagram, Blog), um schneller gefunden zu werden.
- Von Absagen nicht entmutigen lassen.
- Von Stellenausschreibungen nicht verunsichern lassen.

Literatur.

- 2ASK, 2017. *Leitfaden für die Erstellung eines Fragebogens* [online]. Konstanz: Amundis Communications [Abruf: 2017-10-19] <http://www.2ask.de/media/1/10/2/3/5/bc958b68e726b401/Leitfaden_Fragebogen-erstellung.pdf>
- A7DIGITAL, 2018. *Über uns* [online]. Lübeck: a7digital GmbH [Abruf: 2018-01-14] <<http://www.typo3-websites.eu/einstieg/ueber-uns/>>
- BATCHGEO, 2018. *Standortdaten einfügen, Karte direkt anzeigen lassen* [online] Vancouver WA: Batchgeo LLC [Abruf: 2018-01-07] <<https://de.batchgeo.com/>>
- BELAMI Projektteam und Ralph Schmidt (Hrsg.), 2007. *Das Leben danach ... – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information*. Hamburg: Hochschule für angewandte Wissenschaften. Hamburger Materialien zur Medien-Information – Schriftenreihe zur Theorie, Methodik und Praxis der Medieninformationsarbeit 40 [Abruf: 2017-10-21] <https://www.haw-hamburg.de/fileadmin/user_upload/DMI-I/Studium/Studiengaenge/MUI/belami_report.pdf>
- BELAMI® Projektteam und Ralph Schmidt (Hrsg.), 2013: *... da geht noch mehr – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information – revisited*. Hamburg: Hochschule für angewandte Wissenschaften. Hamburger Materialien zur Medien-Information 60 [Abruf: 2017-10-21] <https://www.haw-hamburg.de/fileadmin/user_upload/DMI-I/Forschung/BelAMI/BelAMI2Report.pdf>
- BÜCHERHALLEN BERGEDORF, 2017. *Bücherhalle Bergedorf Blog* [online] 21.09. [Abruf: 2018-01-16] <<https://www.buecherhallen.de/bergedorf-blog-kindertag-0917/>>
- CHECK24, 2018a. *Check24: Deutschlands größtes Vergleichsportal* [online]. München: Check24 Vergleichsportal GmbH [Abruf: 2018-01-03] <<https://www.check24.de/unternehmen/ueber-uns/>>
- CHECK24, 2018b. *(Junior) Produktmanager (m/w) Digital* [online]. München: Check24 Services GmbH [Abruf: 2018-01-17] <<https://jobs.check24.de/jobs/produktmanagement/1256-junior-produktmanager-m-w-digital/?location=Berlin>>
- DELDA, Julia, 2018. *Profil Julia Deldar* [online]. Hamburg: Xing AG [Abruf 2018-01-16] <https://www.xing.com/profile/Julia_Deldar?sc_o=da980_e>
- DREYER DIGITAL Consulting, 2018. *Profil* [online]. Hamburg: Dreyer Digital Consulting [Abruf: 2018-01-06] <<https://dreyerdigital.de/über-uns>>
- DZIEMBA, Oliver und Eike WENZEL, 2014. *#Wir. Wie die Digitalisierung unseren Alltag verändert*. München: Redline. ISBN 987-3-86881-507-8.
- EASELLY, 2017. *Our Mission* [online]. Seattle, WA: easel.ly [Abruf: 2018-01-11] <<https://www.easel.ly/aboutus>>
- ECKSTEIN, Markus, 2003. Handy-Duell: Siemens S55 – Samsung S300. Funktionsriese gegen Praktiker. *Chip* [online] 13.02. [Abruf: 2018-01-19] <http://www.chip.de/artikel/Handy-Duell-Siemens-S55-Samsung-S300_30598793.html>
- EUROPÄISCHE KOMMISSION, 2009. *Wie häufig haben Sie in Ihrem Arbeitsleben schon den Arbeitgeber gewechselt?* [online]. Hamburg: Statista GmbH [Abruf: 2018-01-07] <<https://de.statista.com/statistik/daten/studie/28914/umfrage/haeufigkeit-der-arbeitsplatzwechsel/>>
- FACEBOOK, 2017a. Facebook-Gruppe: Alumni HAW Hamburg [online]. Menlo Park, CA: Facebook Inc. [Abruf: 2017-10-26] <<https://www.facebook.com/Alumni-HAW-Hamburg-218482404833589/>>
- FACEBOOK, 2017b. Personensuche [online]. Menlo Park, CA: Facebook Inc. [Abruf: 2017-10-26] <<https://www.facebook.com>>
- FIEBIG, Mareike, Hanna HAUBERT und Gisa HEUSER, 2014. *Alumnibefragung 2014 – Willkommen zur Alumnibefragung der Leuphana Universität Lüneburg* [online]. Lüneburg: Leuphana Universität [Abruf: 2017-10-21]. <http://www.leuphana.de/fileadmin/user_upload/services/team-q/files/Alumnibefragung_2014.pdf>
- FISCHERAPPELT, 2018. *Digitalagentur Hamburg: Unsere Online-Experten bei Fork* [online]. Hamburg: fischerAppelt AG [Abruf: 2018-01-14] <<https://www.fischerappelt.de/kontakt/digitalagentur-hamburg-fork/>>
- FOODGUIDE, 2018. *Foodguide* [online]. Hamburg: Foodguide APP UG [Abruf: 2018-01-13] <<http://www.thefoodguide.de/de/foodguide/>>
- FORK UNSTABLE MEDIA, 2018. *We want to change the web for the better* [online]. Hamburg: Fork Unstable Media GmbH [Abruf: 2018-01-14] <<https://www.fork.de>>
- GALLA, Mario, 2017. *Meine Story* [online]. Hamburg: Mario Galla [Abruf: 2018-01-16] <<http://www.mariogalla.com/story/>>
- GLÄSER, Christine (Hrsg.), 2013. *Auf gutem Kurs... Absolventenstudie des Studiengangs Bibliotheks- und Informationsmanagement* [online]. Hamburg: HAW [Abruf: 2017-10-19] <https://www.haw-hamburg.de/fileadmin/user_upload/DMI-I/Studium/Studiengaenge/BIM/Absolventenstudie_Perspektive_BIM.pdf>
- GOOGLE, 2017a. *Google Formulare: Kostenlos Umfragen erstellen und analysieren* [online]. Mountain View, CA: Google Inc. [Abruf: 2017-10-16] <<https://www.google.com/intl/de/forms/about>>
- GOOGLE, 2017b. *Google Mail* [online]. Mountain View, CA: Google Inc. [Abruf: 2017-11-08] <<https://mail.google.com/mail/#inbox>>

- GOOGLE MAPS, 2018. *Google Maps* [online]. Mountain View, CA: Google LLC [Abruf: 2018-01-07] <<https://www.google.de/maps/>>
- HALLER, Michael (Hrsg.), 2015. *Wir brauchen Zeitungen. Was man aus der Zeitung alles machen kann. Trendbeschreibungen und Best Practices*. Köln: von Halem. Edition Medienpraxis, 13. ISBN 978-3-86962-167-8.
- HENDRICH, Timm, 2017. Umfrage-Tools nutzen. *Netzsieger* [online]. 14.02. [Abruf: 2017-10-16] <<https://www.netzsieger.de/ratgeber/umfrage-tools-nutzen>>
- INFONAUTICS 2017. Fragebogen erstellen – So kommen Sie ans Ziel [online]. Steinhausen: Infonautics GmbH [Abruf: 2017-10-19]. <<https://www.infonautics.ch/blog/fragebogen-erstellen/>>
- KORENKE, Tobias, 2015. 25 Jahre TA: »Die Zeiten der Selbstherrlichkeit sind vorbei«. *Thüringer Allgemeine* [online]. 16. Januar [Abruf: 2018-01-13] <<http://www.thueringer-allgemeine.de/web/zgt/leben/detail/-/specific/25-Jahre-TA-Die-Zeiten-der-Selbstherrlichkeit-sind-vorbei-668792216>>
- LÜBKE, Friederike, 2017. Bist du noch glücklich? *Zeit Campus. Berufseinstieg* Nr. 1/2018, S. 128-129.
- MISOCH, Sabina, 2015. *Qualitative Interviews* [E-Book]. Berlin: Walter de Gruyter [Abruf: 2017-12-22]. ISBN 978-3-11-035461-4. DOI: 10.1515/9783110354614
- ONLINEMARKETING.DE, 2018. *Real-Time Advertising (RTA)* [online]. Hamburg: OnlineMarketing.de GmbH [Abruf: 2018-01-16] <<https://onlinemarketing.de/lexikon/definition-real-time-advertising-rta>>
- OTL – Online-Trainer-Lizenz, 2018. OTL Blog [online]. Berlin: Online Trainer Lizenz GmbH [Abruf: 2018-01-14] <<https://www.online-trainer-lizenz.de/blog/rebecca-klose/>>
- PINKERT, Torsten, 2017. 5 Umfragetools im Check: So findet ihr heraus, was eure Kunden wollen. *Gründer Daily* [online]. 24. August [Abruf: 2017-10-16] <<https://www.fuer-gruender.de/blog/2017/08/umfragetools-check/>>
- REINERT, Andreas, 2007. *Ein Interview vorbereiten und durchführen. Sieben Schritte* [online]. Stuttgart: Evangelische Gesellschaft [Abruf: 2017-11-10] <http://www.eva-stuttgart.de/fileadmin/Redaktion/pdf/schatten_und_licht/M2_Ein_Interview_vorbereiten_und_fuehren.PDF>
- ROTH, Alexander und Thomas Joos 2016. Die besten Online-Umfragetools für Profis. *PC Welt* [online]. 22.06. [Abruf: 2017-10-16] <https://www.pcwelt.de/ratgeber/Die_sieben_besten_Online-Umfragetools_-Fuer_kleine_Unternehmen-8237293.html>
- RYTE WIKI, 2017. *Suchmaschinenoptimierung* [online]. München: Ryte GmbH [Abruf: 2018-01-11] <https://de.ryte.com/wiki/Suchmaschinenoptimierung#SEO_nach_Panda_und_Penguin_ab_2011>
- SAUER, Moritz, 2017. *Wie man ein Interview schreibt*. [online]. Köln: Phlow Media, 07.04. [Abruf: 2017-11-10] <<http://magazin.phlow.de/text/interview/>>
- SCHUBA, Johannes, 2017. Tools für Online-Umfragen: Diese Helfer erleichtern Befragungen. *t3n*. [online]. 11.10. [Abruf: 2017-10-16] <<http://t3n.de/news/tools-fuer-online-umfragen-561288/>>
- SCHULZ, Stefan, 2016. *Redaktionsschluss. Die Zeit nach der Zeitung*. München: Carl Hanser. ISBN 978-3-446-25070-3.
- SEMASIO, 2018. *Über Semasio. Mit Semantic Behavioral Targeting zu mehr Zielgenauigkeit und Reichweite* [online]. Hamburg: Semasio GmbH [Abruf: 2018-01-15] <<http://www.semasio.com/de/ueber-semasio/>>
- SEVEN PRINCIPLES, 2018. *Karriere bei 7P* [online]. Köln: Seven Principles AG [Abruf: 2018-01-14] <<https://www.7p-group.com/karriere/>>
- SOSCI SURVEY, 2017. *Willkommen bei SoSci Survey* [online]. München: SoSci Survey GmbH [Abruf: 2017-10-16] <<https://www.soscisurvey.de>>
- SPIEGEL, 2017. *Spiegel Online startet auf Snapchat Discover* [online]. Hamburg: Spiegel Online [Abruf: 2018-01-13] <<http://www.spiegel.de/netzwelt/apps/snapchat-spiegel-online-jetzt-auf-discover-a-1144549.html>>
- SUHR, Frauke, 2017. Was Berufseinsteigern wichtig ist [online]. Faktoren, die Berufseinsteiger an ihren Arbeitgeber binden. Hamburg: Statista GmbH [Abruf: 2018-01-07] <<https://de.statista.com/infografik/10168/was-berufseinsteigern-wichtig-ist/>>
- SURVEYMONKEY, 2017. *Startseite* [online]. Palo Alto, CA: SurveyMonkey [Abruf: 2017-10-16] <<https://de.surveymonkey.com>>
- UMFRAGE ONLINE, 2017. *Umfragen erstellen, einfach professionell* [online]. Zürich, CH: Enuvo GmbH [Abruf: 2017-10-16] <<https://www.umfrageonline.com>>
- UNIVERSITÄT ERFURT, 2005. *Karriere mit dem Bachelor. Berufswege und Berufschancen* [online]. Essen: Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e. V. [Abruf: 2017-10-19] <https://www.uni-erfurt.de/fileadmin/user-docs/PT_Thumfart/karriere_mit_dem_bachelor_2005.pdf>
- UNIVERSITÄT STUTT GART, 2013/14. *Studienzufriedenheit und Berufserfolg. Ergebnisse der Absolventenstudie 2013/14 der Universität Stuttgart* [online]. Stuttgart: Universität Stuttgart [Abruf: 2017-10-21] <http://www.qe.uni-stuttgart.de/downloads/AbS_201314_Gesamtbericht.pdf>
- WELT.DE, 2013. Mehr als 50 Zeitungen setzen auf Paid Content. *Welt* [online]. 02.10. [Abruf: 2018-01-19] <<https://www.welt.de/img/wirtschaft/mobile117645877/2712505937-ci1021-w1024/Verschiedene-deutsche-Tageszeitungen.jpg>>
- XING, 2017. *Personensuche* [online]. Hamburg: Xing AG [Abruf: 2017-10-26] <<https://www.xing.com>>
- ZEIT CAMPUS, 2018. *Berufstest. Finde einen Job, der zu dir passt. Damit dein Berufsstart kein Fehlstart wird* [online]. Hamburg: Zeit Campus [Abruf: 2018-01-17] <<http://jobs.zeit.de/campus/berufstest>>
- ZEIT ONLINE, 2018a. *Studierendenmarketing auf Zeit Online* [online]. Hamburg: Zeit Online GmbH [Abruf: 2018-01-17] <<http://marktplatz.zeit.de/mediadaten/details/zeit-online/studierendenmarketing-auf-zeit-online>>
- ZEIT ONLINE, 2018b. *Studierendenmarketing in der Zeit* [online]. Hamburg: Zeit Online GmbH [Abruf: 2018-01-17] <<http://marktplatz.zeit.de/mediadaten/details/die-zeit/zeit-hochschulen>>
- ZEIT ONLINE, 2018c. *Studierendenmarketing in Zeit Campus* [online]. Hamburg: Zeit Online GmbH [Abruf: 2018-01-17] <<http://marktplatz.zeit.de/mediadaten/details/zeit-campus/zeit-campus-hochschulen>>



Bachelor Alumni Umfrage

Seite 1

Moin Moin liebe Mul-Alumni,

danke, dass du an unserer Umfrage teil nimmst!

Wir, das Team von BelAMI Final Cut, nehmen dieses Jahr das Zepter in die Hand und gehen der Frage nach: Was ist eigentlich aus den ehemaligen Medien-und-Informationen-Studenten, also euch, geworden? Wo hat es euch hin verschlagen? Warum? Und am wichtigsten: seid ihr zufrieden?

Wir warten gespannt auf eure Antworten.

Euer BelAMI-Team

Seite 2

Themenfeld 1 und 2: Allgemeine Fragen zur Person und zum Studium

Gerne möchten wir dir zuerst ein paar allgemeine Fragen zu deiner Person und zum Studium stellen.

1. Bitte nenne uns deinen Namen. *

Keine Sorge! Diese Information brauchen wir nur für interne Zwecke der Zuordnung und Eingangskontrolle. Die Auswertung und Präsentation der Daten erfolgt in anonymer Form.

Vorname:

Nachname:

2. Bitte nenne hier das Jahr und den Monat, wann du das Abschlusszeugnis der HAW erhalten hast.

Jahr *

Bitte wählen..

Monat *

Seite 3

Themenfeld 3: Weitere Abschlüsse und Erfahrungen

Wir interessieren uns dafür, wie es im Anschluss an dein Bachelorstudium weiterging.
Daher folgen nun Fragen dazu, wie du die Zeit nach dem Studium verbracht hast.

3. Erzähle uns doch bitte, wie du die Zeit direkt nach Beendigung des Studiums verbracht hast.

- Direkt in den Beruf eingestiegen
- Ein Praktikum oder Volontariat absolviert
- Eine Auszeit genommen
- Auslandsaufenthalt
- In einem Masterstudium
- Ein Masterstudium abgeschlossen
- Ein weiteres Bachelorstudium begonnen
- Sonstiges:

Seite 4

Themenfeld 1 und 2: Allgemeine Fragen zur Person und zum Studium

3.1 Wenn du direkt nach dem Studium im Ausland warst, was hast du dort gemacht?

- Sprachreise
- Praktikum
- Reisen
- Freiwilligendienst
- Sonstiges:

Themenfeld 1 und 2: Allgemeine Fragen zur Person und zum Studium

3.2 Wenn du nach deinem Bachelor noch einen Master begonnen hast, welcher war das und an welcher Hochschule?

Genaue Bezeichnung des Studiengangs:

Name der Hochschule / Universität:

Ort der Hochschule / Universität:

Themenfeld 1 und 2: Allgemeine Fragen zur Person und zum Studium

3.3 Wenn du nach deinem Mul-Bachelor ein weiteres Bachelorstudium begonnen hast, welches war das und an welcher Hochschule?

Genaue Bezeichnung des Studiengangs:

Name der Hochschule / Universität:

Ort der Hochschule / Universität:

Seite 5

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

Für nachfolgende Bachelor-AbsolventInnen ist der erste Job nach dem Studium besonders interessant. Daher würden wir dich bitten, im Folgenden die Fragen zu deinem Einstiegsjob zu beantworten.

4. Wann hast du deinen ersten Job nach dem abgeschlossenen Bachelor begonnen?

Jahr

Bitte wählen...

Monat

Bitte wählen...

5. Verrate uns bitte den Namen des Arbeitgeber, bei dem du nach dem Studium begonnen hast zu arbeiten.

Name des Unternehmens / der Organisation / Institution:

6. ... und die Abteilung, in der du tätig warst.

7. ... sowie deine genaue Positions- bzw. Funktionsbezeichnung.

Seite 6

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

8. Welche Größe hat dieses Unternehmen gemessen an der Mitarbeiterzahl?

- Kleines Unternehmen (bis ca. 50 Mitarbeiter)
- Mittleres Unternehmen (bis ca. 250 Mitarbeiter)
- Großes Unternehmen (mehr als 250 Mitarbeiter)

**9. In welchem Ort befindet sich das Unternehmen, in dem du deine erste Beschäftigung hattest?
Falls sich der Sitz nicht in Deutschland befindet, nenne bitte das zutreffende Land.**

Ort:

Land:

Seite 7

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

10. In welche Branche lässt sich das Unternehmen am besten einordnen?

- Presse, Verlagswesen, Buchmarkt
- Rundfunk, TV, Film
- Musik-, Kunstindustrie
- PR, Marketing, Werbeagentur
- Nachrichten-, Informations- und Bildagentur
- E-Commerce, Online-Handel
- IT, New Media
- Eventmanagement
- Markt-, Meinungsforschung
- Finanzdienstleistung, Versicherung
- Kulturelle Einrichtung
- Wissenschaftliche Einrichtung
- Unternehmensberatung
- Transport, Logistik, Touristik
- Gesundheitswesen
- Andere Branchen:

Seite 8

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

11. Wie bist du zu deinem ersten Job nach dem Bachelor gekommen? Hier kannst du auch mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen.

- Beziehungen
- offizielle Ausschreibung
- vorher ein Praktikum im Unternehmen gemacht
- vorher als WerkstudentIn in dem Unternehmen gearbeitet
- Initiativbewerbung
- Sonstige:

12. Wie war dein Arbeitsverhältnis bei deiner ersten Arbeitsstelle geregelt?

- Vollzeit befristet
- Vollzeit unbefristet
- Teilzeit befristet
- Teilzeit unbefristet
- freie/r Mitarbeiter/in
- fester freie/r Mitarbeiter/in
- Volontariat / Trainee
- Selbstständigkeit
- Sonstiges:

Seite 9

12.1 Was waren deine Beweggründe für die Selbstständigkeit?

12.2 Würdest du diese Entscheidung zur Selbstständigkeit noch einmal treffen?

- ja
- nein

Seite 10

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

13. In welchen Tätigkeitsbereichen hattest du in deinem ersten Job zu tun? Bitte wähle maximal 3 passende Tätigkeiten aus.

- Führungs- und Leitungsaufgaben
- Textproduktion, Text-/ Bildbearbeitung
- TV-, Videoproduktion
- Audioproduktion
- Online-Produktion, Online-Redaktion
- Content-Management
- Wissensmanagement
- Produktmanagement, -entwicklung
- Recherche, Dokumentation, Archivierung
- Rechteklärung, Syndication
- Website-Management, -Administration
- Webdesign, grafische Konzeption
- IT, Datenbankmanagement
- Technische Beratung und Support
- Projektmanagement, Qualitätsmanagement
- Strategisches Management, Operations Research
- Disposition, Koordination, Organisationsassistentz
- Kunden-Management, -betreuung, CRM
- Einkauf, Verkauf, Vertrieb
- Presse, PR, Marketing
- Online-Marketing
- Social Media Marketing
- Mediaplanung
- Aus-, Fort-, Weiterbildung
- Andere Tätigkeit:

Seite 11

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

14. Für uns Mul-Studierende wäre es interessant, einen Überblick über verschiedene Gehälter zu bekommen. Würdest du uns verraten, wie viel du in deinem ersten Job nach dem Bachelor verdient hast? (Angaben in brutto)

- weniger als 1.500 €
- 1.501 € bis 2.000 €
- 2.001 € bis 2.500 €
- 2.501 € bis 3.000 €
- mehr als 3.001 €
- keine Angabe

Seite 12

Themenbereich 5: Fragen zum jetzigen Job

Im nächsten Abschnitt interessieren wir uns für den beruflichen Werdegang nach dem Bachelor-Studium, den die Alumni zurückgelegt haben. Daher würden wir gerne mehr über deine aktuellen Tätigkeiten erfahren.

15. Wo arbeitest du derzeit?

- Entspricht der ersten Arbeitsstelle
- Entspricht NICHT der ersten Arbeitsstelle
- Derzeit ohne Beschäftigung

Seite 13

Themenbereich 5: Fragen zum jetzigen Job

**16. Bei welchem Arbeitnehmer bist du derzeit tätig?
Verrate uns bitte den Namen des Unternehmens / der Institution / Organisation.**

17. ... und die Abteilung, in der du tätig bist.

18. ... und die genaue Funktionsbezeichnung.

19. In welchem Ort befindet sich das Unternehmen, in dem du tätig bist?

Falls sich der Standort des Unternehmens nicht in Deutschland befindet, gib bitte das zutreffende Land an.

Ort:

Land:

20. In welche Branche lässt sich das Unternehmen einordnen?

- Presse, Verlagswesen, Buchmarkt
- Rundfunk, TV, Film
- Musik-, Kunstindustrie
- PR, Marketing, Werbeagentur
- Nachrichten-, Informations- und Bildagentur
- E-Commerce, Online-Handel
- IT, New Media
- Eventmanagement
- Markt-, Meinungsforschung
- Finanzdienstleistung, Versicherung
- Kulturelle Einrichtung
- Wissenschaftliche Einrichtung
- Unternehmensberatung
- Transport, Logistik, Touristik
- Gesundheitswesen
- Andere Branchen:

21. Wie ist dein Arbeitsverhältnis derzeit geregelt?

- Vollzeit befristet
- Vollzeit unbefristet
- Teilzeit befristet
- Teilzeit unbefristet
- freie/r Mitarbeiter/in
- fester freie/r Mitarbeiter/in
- Volontariat / Trainee
- Selbstständigkeit
- Sonstiges:

Seite 14

21.1 Was waren deine Beweggründe für die Selbstständigkeit?

21.2 Würdest du diese Entscheidung zur Selbstständigkeit noch einmal treffen?

- ja
- nein

Seite 15

Themenbereich 5: Fragen zum jetzigen Job

22. In welchen Tätigkeitsbereichen hattest du in deinem ersten Job zu tun? Bitte wähle maximal 3 passende Tätigkeiten aus.

- Führungs- und Leitungsaufgaben
- Textproduktion, Text-/ Bildbearbeitung
- TV-, Videoproduktion
- Audioproduktion
- Online-Produktion, Online-Redaktion
- Content-Management
- Wissensmanagement
- Produktmanagement, -entwicklung
- Recherche, Dokumentation, Archivierung
- Rechtklärung, Syndication
- Website-Management, -Administration
- Webdesign, grafische Konzeption
- IT, Datenbankmanagement
- Technische Beratung und Support
- Projektmanagement, Qualitätsmanagement
- Strategisches Management, Operations Research
- Disposition, Koordination, Organisationsassistentz
- Kunden-Management, -betreuung, CRM
- Einkauf, Verkauf, Vertrieb
- Presse, PR, Marketing
- Online-Marketing
- Social Media Marketing
- Mediaplanung
- Aus-, Fort-, Weiterbildung
- Sonstiges:

23. Würdest du uns auch hier verraten, wie viel du in deinem derzeitigen Job verdienst? (Angaben in brutto)

- weniger als 1.500 €
- 1.501 € bis 2.000 €
- 2.001 € bis 2.500 €
- 2.501 € bis 3.000 €
- mehr als 3.001 €
- keine Angabe

Seite 16

Themenbereich 7: Persönliche Einschätzung des Berufs

Im nächsten Abschnitt möchten wir etwas mehr über dich und deine persönlichen Referenzen hinsichtlich des Arbeitslebens erfahren.

24. Bitte gib an, wie zufrieden du mit deiner derzeitigen Arbeitsstelle bist?

rundum zufrieden unzufrieden

Mit den folgenden Fragen möchten wir herausfinden, wie sich eine ideale Arbeitssituation für dich gestaltet. Die Antworten beziehen wir dabei nicht auf deinen derzeitigen Arbeitgeber.

25. Wie wichtig sind für dich persönlich folgende Merkmale einer Arbeitssituation?

Bitte trage dazu in die vorgesehenen Felder die Zahlen 1 bis 8 ein (Ranking). Dabei hat die 1 im Ranking den höchsten und die 8 den niedrigsten Wert. ⓘ

k.A.

- ▲ ▼ Selbstverwirklichung
- ▲ ▼ Angenehmes Arbeitsklima
- ▲ ▼ Eigenverantwortlichkeit
- ▲ ▼ Gutes Gehalt
- ▲ ▼ Anspruchsvolle Aufgaben
- ▲ ▼ Sicherheit des Jobs
- ▲ ▼ Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten
- ▲ ▼ Sonderleistungen / Extras (Urlaubsgeld / Firmenwagen, etc.)

26. Diese fünf Dinge dürfen am Arbeitsplatz nicht fehlen:

- Bequemer Schreibtischstuhl
- gutes technisches Equipment / gute Ausstattung des Arbeitsplatzes
- Ein Bürohund
- Obst
- Yogaräume
- Persönliche Einrichtung des Arbeitsplatzes (z. B. Fotos der Liebsten, Pflanzen etc.)
- Gute Kaffeemaschine
- Gute Laune
- Super Arbeitskollegen
- Ein toller Chef
- Flipper / Kicker
- Bier und sonstige Frischgetränke
- Frühstück
- Sonstiges:

Seite 17

Themenbereich 7: Studium und Studieninhalte

Um einen Bezug zwischen Studium und Berufsleben herstellen zu können, folgen im nächsten Abschnitt konkretere Fragen zur Einschätzung des Bachelorstudiengangs an der HAW Hamburg.

27. Wie gut konntest du die Mul-Studieninhalte in deiner Berufstätigkeit verwenden?

überhaupt nicht sehr gut

28. Bitte erinnere dich: Welche Wahlpflichtmodule waren im Nachhinein besonders hilfreich?

29. Welche Skills aus deinem Studium verwendest du noch heute bei deiner Tätigkeit? Verrate uns deine drei Favoriten.

- Wissensorganisation
- Medienrecht
- Kommunikation und Präsentation
- Medienökonomie und -management
- Redaktionsarbeit
- Medientheorie
- Information Research
- User Experience
- Unternehmenskommunikation
- Medienwirtschaft und Kommunikationspolitik
- Betriebliches Datenmanagement
- Berufsfeldanalyse
- Grundlagen der IT
- Medienkonzeption und -produktion
- Datenbanktechnologie
- Screendesign
- Information Retrieval

30. Welche Studieninhalte hätten dir außerdem in deinem Job weitergeholfen?

Seite 18

Themenbereich 7: Studium und Studieninhalte

31. Wie zufrieden warst du mit deinem Studium insgesamt?

gar nicht zufrieden sehr zufrieden

32. Wie würdest du das Praxissemester hinsichtlich des Erfolges bei der Berufswahl bewerten?

gar nicht hilfreich weniger hilfreich teils/teils hilfreich sehr hilfreich

Mein Praxissemester war

33. Würdest du dich noch einmal für den den Studiengang "Medien und Information" entscheiden?

- Ja, auf jeden Fall
- Ja, unter anderen Umständen
- Nein, eher nicht
- Nein, auf keinen Fall, weil

Seite 19

Themenfeld 8: Abschlussfragen

Ein Bestandteil dieser Studie soll es sein, am Ende Trendprognosen über den Arbeitsmarkt für Mul-Alumni abzubilden. Dazu bitten wir dich abschließend, deine persönlichen Einschätzungen zu schildern und uns gerne auch ein paar Tipps und Tricks zu verraten.

**34. Wir bitten dich nun um deine persönliche Einschätzung des Medien-Arbeitsmarktes:
Was denkst du, welche BERUFSFELDER im Bereich Medien und Information in Zukunft an Bedeutung gewinnen bzw. sich neu entwickeln werden?**

35. Was denkst du, welche TÄTIGKEITEN im Bereich Medien und Information in Zukunft an Bedeutung gewinnen bzw. sich neu entwickeln werden?

36. Was denkst du, welche Berufsfelder oder Tätigkeiten werden im Bereich Medien und Information in Zukunft an Bedeutung verlieren?

37. Im Hinblick auf die letzten Fragen: Was meinst du, wirst du deinen derzeitigen Job in 5 Jahren noch ausführen können? Bitte begründe deine Antwort.

38. Was ist dein „goldener Tipp“ für Mul-Berufseinsteiger?

Seite 20

39. Dürfen wir dich für ein persönliches Interview kontaktieren, damit wir dich und die Berufswelt der Mul-Alumni noch besser kennenlernen können?

Ja, ihr könnt mich gerne kontaktieren unter:

Seite 21

Herzlichen Dank für deine Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für deine Mithilfe bedanken. Mit einem Link zur PDF-Version des BelAMI-Endberichts werden wir uns per Mail im Februar 2018 erkenntlich zeigen.

Danke und viele Grüße

Dein BelAMI-Team

» [Umleitung auf Schlussseite von Umfrage Online](#) (ändern)



Master Alumni Umfrage

Seite 1

Moin Moin liebe Alumni,

danke für deine Teilnahme!

Wir, das Team von BelAMI Final Cut, nehmen dieses Jahr das Zepter in die Hand und gehen der Frage nach: Was ist eigentlich aus den ehemaligen Master-StudentInnen des Studiengangs Information, Medien, Bibliothek, also euch, geworden? Wo hat es euch hin verschlagen? Warum? Und am wichtigsten: seid ihr zufrieden?

Wir warten gespannt auf eure Antworten.

Euer BelAMI-Team

Seite 2

Themenfeld 1 und 2: Allgemeine Fragen zur Person und zum Studium

Gerne möchten wir dir zuerst ein paar allgemeine Fragen zu deiner Person und zum Studium stellen.

1. Bitte nenne uns deinen Namen. *

Keine Sorge! Diese Information brauchen wir nur für interne Zwecke der Zuordnung und Eingangskontrolle. Die Auswertung und Präsentation der Daten erfolgt in anonymer Form.

Vorname:

Nachname:

2. Wann hast du den Studiengang "Information, Medien, Bibliothek" abgeschlossen?

Jahr *

Bitte wählen..

Monat *

3. Welches Bachelor-Studium hast du vor deinem Masterstudium abgeschlossen?

Studiengang:

Hochschule:

Ort:

Land:

4. Wie zufrieden warst du mit deinem Bachelor Studiengang?

sehr zufrieden unzufrieden

Seite 3

Themenfeld 3: Weitere Abschlüsse und Erfahrungen

Wir interessieren uns für deinen Werdegang und wie es im Anschluss an dein Masterstudium weiterging. Daher folgen nun Fragen dazu, wie du die Zeit vor und nach dem Studium verbracht hast.

5. Erzähle uns doch bitte, wie du die Zeit direkt nach Beendigung des Studiums verbracht hast.

- Direkt in den Beruf eingestiegen
- Ein Praktikum oder Volontariat absolviert
- Eine Auszeit genommen
- Einen Auslandsaufenthalt absolviert
- Sonstiges:

Seite 4

Themenfeld 3: Weitere Abschlüsse und Erfahrungen

5.1 Wenn du direkt nach dem Studium im Ausland warst, was hast du dort gemacht?

- Sprachreise
- Praktikum
- Reisen
- Freiwilligendienst
- Sonstiges:

Seite 5

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

Für nachfolgende Master-AbsolventInnen ist der erste Job nach dem Studium besonders interessant. Daher würden wir dich bitten, im Folgenden die Fragen zu deinem Einstiegsjob zu beantworten.

6. Wann hast du deinen ersten Job nach dem abgeschlossenen Master begonnen?

Jahr *

Monat *

7. Verrate uns bitte den Namen des Arbeitgebers, bei dem du nach dem Studium begonnen hast zu arbeiten. *

Name des Unternehmens / der Organisation / Institution:

8. ... und die Abteilung, in der du tätig warst.

9. ... sowie deine genaue Positions- bzw. Funktionsbezeichnung.

Seite 6

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

10. Welche Größe hat dieses Unternehmen gemessen an der Mitarbeiterzahl?

- Kleines Unternehmen (bis ca. 50 Mitarbeiter)
- Mittleres Unternehmen (bis ca. 250 Mitarbeiter)
- Großes Unternehmen (mehr als 250 Mitarbeiter)

11. In welchem Ort befindet sich das Unternehmen, in dem du deine erste Beschäftigung hattest? Falls sich der Sitz nicht in Deutschland befindet, nenne bitte das zutreffende Land.

Ort:

Land:

Seite 7

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

12. In welche Branche lässt sich das Unternehmen am besten einordnen?

- Presse, Verlagswesen, Buchmarkt
- Rundfunk, TV, Film
- Musik-, Kunstindustrie
- PR, Marketing, Werbeagentur
- Nachrichten-, Informations- und Bildagentur
- E-Commerce, Online-Handel
- IT, New Media
- Eventmanagement
- Markt-, Meinungsforschung
- Finanzdienstleistung, Versicherung
- Kulturelle Einrichtung
- Wissenschaftliche Einrichtung
- Unternehmensberatung
- Transport, Logistik, Touristik
- Gesundheitswesen
- Andere Branchen:

Seite 8

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

13. Wie bist du zu deinem ersten Job nach dem Master gekommen? Hier kannst du mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen.

- Beziehungen
- offizielle Ausschreibung
- vorher ein Praktikum im Unternehmen gemacht
- vorher als WerkstudentIn in dem Unternehmen gearbeitet
- Initiativbewerbung
- Sonstige:

14. Wie war dein Arbeitsverhältnis bei deiner ersten Arbeitsstelle geregelt?

- Vollzeit befristet
- Vollzeit unbefristet
- Teilzeit befristet
- Teilzeit unbefristet
- freie/r Mitarbeiter/in
- fester freie/r Mitarbeiter/in
- Volontariat / Trainee
- Selbstständigkeit
- Sonstiges:

Seite 9

14.1 Was waren deine Beweggründe für die Selbstständigkeit?

14.2 Würdest du diese Entscheidung zur Selbstständigkeit noch einmal treffen?

- ja
- nein

Seite 10

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

15. In welchen Tätigkeitsbereichen hattest du in deinem ersten Job zu tun? Bitte wähle maximal 3 passende Tätigkeiten aus.

- Führungs-, Leitungsaufgaben
- Textproduktion, Text-/ Bildbearbeitung
- TV-, Videoproduktion
- Audioproduktion
- Online-Produktion, Online-Redaktion
- Content-Management
- Wissensmanagement
- Produktmanagement, -entwicklung
- Recherche, Dokumentation, Archivierung
- Rechtklärung, Syndication
- Website-Management, -Administration
- Webdesign, grafische Konzeption
- IT, Datenbankmanagement
- Technische Beratung und Support
- Projektmanagement, Qualitätsmanagement
- Strategisches Management, Operations Research
- Disposition, Koordination, Organisationsassistentz
- Kunden-Management, -betreuung, CRM
- Einkauf, Verkauf, Vertrieb
- Presse, PR, Marketing
- Online-Marketing
- Social Media Marketing
- Mediaplanung
- Aus-, Fort-, Weiterbildung
- Andere Tätigkeiten:

Seite 11

Themenbereich 4: Fragen zum ersten Job

16. Für uns Mul-Studierende wäre es interessant, einen Überblick über verschiedene Gehälter zu bekommen. Würdest du uns verraten, wie viel du in deinem ersten Job nach dem Master verdient hast? (Angaben in brutto)

- bis zu 1.500 €
- 1.501 € bis 2.000 €
- 2.001 € bis 2.500 €
- 2.501 € bis 3.000 €
- mehr als 3.001 €
- keine Angabe

Seite 12

Themenbereich 5: Fragen zum jetzigen Job

Im nächsten Abschnitt interessieren wir uns für den beruflichen Werdegang, den die Alumni nach dem Master-Studium zurückgelegt haben. Daher würden wir gerne mehr über deine aktuellen Tätigkeiten erfahren.

17. In welchem Unternehmen bist du derzeit angestellt?

- Entspricht der ersten Arbeitsstelle
- Entspricht NICHT der ersten Arbeitsstelle
- Derzeit ohne Beschäftigung

Seite 13

Themenbereich 5: Fragen zum jetzigen Job

18. Bei welchem Arbeitnehmer bist du derzeit tätig? Verrate uns bitte den Namen des Unternehmens / der Institution / Organisation. *

19. ... und die Abteilung, in der du tätig bist.

20. ... und deine genaue Funktionsbezeichnung.

21. In welchem Ort befindet sich das Unternehmen, in dem du tätig bist?

Falls sich der Standort des Unternehmens nicht in Deutschland befindet, gib bitte das zutreffende Land an.

Ort:

Land:

22. In welche Branche lässt sich das Unternehmen einordnen?

- Presse, Verlagswesen, Buchmarkt
- Rundfunk, TV, Film
- Musik-, Kunstindustrie
- PR, Marketing, Werbeagentur
- Nachrichten-, Informations- und Bildagentur
- E-Commerce, Online-Handel
- IT, New Media
- Eventmanagement
- Markt-, Meinungsforschung
- Finanzdienstleistung, Versicherung
- Kulturelle Einrichtung
- Wissenschaftliche Einrichtung
- Unternehmensberatung
- Transport, Logistik, Touristik
- Gesundheitswesen
- Andere Branchen:

23. Wie ist dein Arbeitsverhältnis derzeit geregelt?

- Vollzeit befristet
- Vollzeit unbefristet
- Teilzeit befristet
- Teilzeit unbefristet
- freie/r Mitarbeiter/in
- fester freie/r Mitarbeiter/in
- Volontariat / Trainee
- Selbstständigkeit
- Sonstiges:

Seite 14

23.1 Was waren deine Beweggründe für die Selbstständigkeit?

23.2 Würdest du diese Entscheidung zur Selbstständigkeit noch einmal treffen?

- ja
- nein

Seite 15

Themenbereich 5: Fragen zum jetzigen Job

24. Welche Tätigkeiten übst du in deinem derzeitigen Job aus? Bitte wähle maximal 3 Passende aus.

- Führungs- und Leitungsaufgaben
- Textproduktion, Text-/ Bildbearbeitung
- TV-, Videoproduktion
- Audioproduktion
- Online-Produktion, Online-Redaktion
- Content-Management
- Wissensmanagement
- Produktmanagement, -entwicklung
- Recherche, Dokumentation, Archivierung
- Rechtklärung, Syndication
- Website-Management, -Administration
- Webdesign, grafische Konzeption
- IT, Datenbankmanagement
- Technische Beratung und Support
- Projektmanagement, Qualitätsmanagement
- Strategisches Management, Operations Research
- Disposition, Koordination, Organisationsassistentz
- Kunden-Management, -betreuung, CRM
- Einkauf, Verkauf, Vertrieb
- Presse, PR, Marketing
- Online-Marketing
- Social Media Marketing
- Mediaplanung
- Aus-, Fort-, Weiterbildung
- Andere Tätigkeiten:

25. Würdest du uns verraten, wie viel du in deinem derzeitigen Job verdienst? (Angaben in brutto)

- weniger als 1.500 €
- 1.501 € bis 2.000 €
- 2.001 € bis 2.500 €
- 2.501 € bis 3.000 €
- mehr als 3.001 €
- keine Angabe

Seite 16

Themenbereich 6: Persönliche Einschätzung des Berufs

Im nächsten Abschnitt möchten wir etwas mehr über dich und deine persönlichen Referenzen hinsichtlich des Arbeitslebens erfahren.

26. Bitte gib an, wie zufrieden du mit deiner derzeitigen Arbeitsstelle bist.

rundum zufrieden unzufrieden

Mit den folgenden Fragen möchten wir herausfinden, wie sich eine ideale Arbeitssituation für dich gestaltet. Die Antworten beziehen wir dabei nicht auf deinen derzeitigen Arbeitgeber.

27. Wie wichtig sind für dich persönlich folgende Merkmale einer Arbeitssituation?

Bitte trage dazu in die vorgesehenen Felder die Zahlen 1-8 ein (Ranking). Dabei hat die 1 im Ranking den höchsten und die 8 den niedrigsten Wert. 

k.A.

- Selbstverwirklichung
- Angenehmes Arbeitsklima
- Eigenverantwortlichkeit
- Gutes Gehalt
- Anspruchsvolle Aufgaben
- Sicherheit des Jobs
- Weiterbildungs- und Aufstiegsmöglichkeiten
- Sonderleistungen / Extras (Urlaubsgeld / Firmenwagen, etc.)

28. Diese fünf Dinge dürfen am Arbeitsplatz nicht fehlen:

- Bequemer Schreibtischstuhl
- Gutes technisches Equipment / gute Ausstattung des Arbeitsplatzes
- Ein Bürohund
- Obst
- Yogaräume
- Persönliche Einrichtung des Arbeitsplatzes (z. B. Fotos der Liebsten, Pflanzen etc.)
- Gute Kaffeemaschine
- Gute Laune
- Super Arbeitskollegen
- Ein toller Chef
- Flipper / Kicker
- Bier und sonstige Frischgetränke
- Frühstück
- Sonstiges:

Seite 17

Themenbereich 7: Studium und Studieninhalte

Um einen Bezug zwischen Studium und Berufsleben herstellen zu können, folgen im nächsten Abschnitt konkretere Fragen zur Einschätzung des Masterstudiengangs an der HAW Hamburg.

29. Wir sind neugierig, warum du dich nach deinem Bachelorstudiengang überhaupt für einen Master entschieden hast. Bitte teile uns deine zwei wichtigsten Beweggründe mit.

- Weiterbildung
- Spezifikation eines Themengebiets
- Bessere Aufstiegschancen im Job
- Höheres Gehalt
- Weitere Gründe:

30. Warum fiel deine Wahl auf den Masterstudiengang an der HAW Hamburg?

- Ansprechende Beschreibung der Studieninhalte
- Hoher Praxisbezug
- Guter Ruf der HAW
- Sonstiges:

31. Wie gut konntest du die IMB-Studieninhalte in deiner Berufstätigkeit verwenden?

überhaupt nicht sehr gut

32. Welche Skills aus deinem Studium verwendest du noch heute bei deiner Tätigkeit?

- Kultur- und Medienvermittlung
- Informationswissenschaft und -praxis
- Internationale Kommunikation und Medienwissenschaft
- Informationsarchitektur und -technologie
- Informations- und Medienökonomie

33. Welche Studieninhalte hätten dir außerdem in deinem Job weitergeholfen?

Seite 18

Themenbereich 7: Studium und Studieninhalte

34. Wie zufrieden warst du insgesamt mit deinem Studium an der HAW Hamburg?

gar nicht zufrieden sehr zufrieden

35. Wie würdest du einen Masterabschluss hinsichtlich des Erfolges bei der Berufswahl bewerten?

	gar nicht hilfreich	weniger hilfreich	teils/teils	hilfreich	sehr hilfreich
Mein MIB-Abschluss war	<input type="radio"/>				

36. Würdest du dich noch einmal für den den Studiengang "Medien, Information, Bibliothek" entscheiden?

- Ja, auf jeden Fall
- Ja, unter anderen Umständen
- Nein, eher nicht
- Nein, auf keinen Fall, weil

Seite 19

Themenfeld 8: Abschlussfragen

Ein Bestandteil dieser Studie soll es sein, am Ende Trendprognosen über den Arbeitsmarkt für Alumni abzubilden. Dazu bitten wir dich abschließend, deine persönlichen Einschätzungen zu schildern und uns gerne auch ein paar Tipps und Tricks zu verraten.

37. Was meinst du: Wodurch haben HAW-StudentenInnen bessere Chancen auf dem Arbeitsmarkt gegenüber potentiellen Mitbewerbern?

**38. Wir bitten nun um deine persönliche Einschätzung des Medien-Arbeitsmarktes:
Was denkst du, welche BERUFSFELDER in Zukunft an Bedeutung gewinnen bzw. sich neu entwickeln werden?**

39. Was denkst du, welche TÄTIGKEITEN in Zukunft an Bedeutung gewinnen bzw. sich neu entwickeln werden?

40. Was denkst du, welche Berufsfelder oder Tätigkeiten werden im Bereich Medien, Information und Bibliothek in Zukunft an Bedeutung verlieren?

41. Im Hinblick auf die letzten Fragen: Was meinst du, wirst du deinen derzeitigen Job in 5 Jahren noch ausführen können? Bitte begründe deine Antwort.

42. Was ist dein „goldener Tipp“ für Master-Berufseinsteiger?

Seite 20

43. Wir würden gern noch mehr interessante Details über die Berufswege der HAW-Alumni erfahren. Dürfen wir dich für ein persönliches Interview kontaktieren?

Ja, ihr könnt mich gerne kontaktieren unter:

Seite 21

Herzlichen Dank für deine Teilnahme!

Wir möchten uns ganz herzlich für deine Mithilfe bedanken. Mit einem Link zur PDF-Version des BelAMI-Endberichts werden wir uns per Mail im Februar 2018 erkenntlich zeigen.

Viele Grüße

Dein BelAMI-Team

» [Umleitung auf Schlussseite von Umfrage Online](#) (ändern)

Übersicht. Projektarbeitspapiere.

ANHÄNGE

AP 00	Projektziele und Projektorganisation (Merkblatt) <i>Ralph Schmidt</i>	8 S.	2017-08-23
AP01	Testen der Umfragebögen mittels Personas <i>Lena Heitmann</i>	10 S.	2017-11-14
AP02	Recherche der fehlenden Kontaktdaten der Bachelor-Alumni und Pflege der Bachelor-Alumni-Datenbank <i>Sophie Godemann</i>	2 S.	2017-11-13
AP03	Auswahl des Umfrage-Tools <i>Laura Mettke, Louisa Schäfer</i>	3 S.	2017-11-13
AP04	Recherche der Alumni des Masterstudiengangs <i>Information, Medien, Bibliothek</i> <i>Laura Mettke, Louisa Schäfer</i>	4 S.	2017-11-13
AP05	Erstellung und Versand des Fragebogens an Master-Alumni <i>Laura Mettke, Louisa Schäfer</i>	3 S.	2017-11-13
AP06	Der Weg zu den Fragebögen der Studie <i>BelAMI Final Cut</i> <i>Jennifer Trunschel, Sophie Petersen</i>	1 S.	2017-11-13
AP07	Konzeption und Entwicklung eines Fragenkatalogs – Erläuterung und Vorgehensweise zu den Themenfeldern »Allgemeine Fragen zur Person und zum Studium« <i>Jennifer Trunschel, Sophie Petersen</i>	2 S.	2017-11-13
AP08	Konzeption und Entwicklung eines Fragenkatalogs – Erläuterung und Vorgehensweise zum Themenbereich »Weitere Abschlüsse und Erfahrungen« <i>Jennifer Trunschel, Sophie Petersen</i>	5 S.	2017-11-13
AP09	Konzeption und Entwicklung eines Fragenkatalogs – Erläuterung und Vorgehensweise zum Themenbereich »Fragen zum ersten Job und Fragen zum derzeitigen Job« <i>Anousheh Damia, Liesa Engel</i>	8 S.	2017-11-13
AP10	Konzeption und Entwicklung eines Fragenkatalogs – Erläuterung und Vorgehensweise zum Themenbereich »Persönliche Einschätzung des Berufs« <i>Paula Töpfer</i>	4 S.	2017-11-13
AP11	Konzeption und Entwicklung eines Fragenkatalogs – Erläuterung und Vorgehensweise zum Themenbereich »Studium und Studieninhalte« <i>Melanie Westphal</i>	6 S.	2017-11-14
AP12	Konzeption und Entwicklung eines Fragenkatalogs – Erläuterung und Vorgehensweise zum Themenbereich Abschlussfragen <i>Svenja Suck</i>	5 S.	2017-11-14
AP 13	Survey – der erste Kontakt zu den Alumni und das Versenden des Fragebogens <i>Michael Chahabi</i>	2 S.	2017-11-15
AP 14	Erstellung eines Interview-Leitfadens <i>Paula Töpfer, Louisa Schäfer</i>	4 S.	2017-12-20
AP 15	Auswahl der Alumni für die zwölf Einzelinterviews [nicht für Bericht] <i>Anousheh Damia, Liesa Engel</i>	4 S.	2018-01-07

AP 16	Datenbereinigung – Zu welchem Alumni gehört der Datensatz? <i>Sophie Petersen</i>	3 S.	2018-01-10
AP 17	Als Schnittstellenmanagerin zwischen Entwicklern und Beratern [Intv. Hansen] <i>Svenja Suck</i>	3 S.	2018-01-10
AP 18	Konzeption und Erstellung des Spezialdossiers – Vorgehensweise, Inhalte und Ziele <i>Svenja Suck, Melanie Westphal</i>	2 S.	2018-01-10
AP 19	Es soll ja auch schön aussehen ... – Bachelor-Auswertung der Fragen zum Studium und Studieninhalten <i>Sophie Petersen, Jennifer Trunschel</i>	12 S.	2018-01-10
AP 20	Auswertung des Fragekatalogs Bachelor – Fragen zum ersten Job, zum derzeitigen Job und allgemeine Fragen zum Arbeitsalltag <i>Anousheh Damia, Liesa Engel</i>	14 S.	2018-01-10
AP 21	Auswertung des Fragekatalogs Master – Fragen zum ersten Job, zum derzeitigen Job und allgemeine Fragen zum Arbeitsalltag <i>Anousheh Damia, Liesa Engel</i>	13 S.	2018-01-10
AP 22	... auch für die Master – Bachelor-Auswertung der Fragen zum Studium und Studieninhalten <i>Sophie Petersen, Jennifer Trunschel</i>	12 S.	2018-01-10
AP 23	Vergleich der BelAMI-Studien 2007, 2013 und 2018 <i>Laura Mettke, Louisa Schäfer</i>	11 S.	2018-01-15
AP 24	Fällt einem da nicht die Decke auf den Kopf? – als SEO-Specialist im Home-Office [Intv. Klose] <i>Lena Heitmann</i>	4 S.	2018-01-17
AP 25	Erstellung einer Website zur Präsentation der Projektergebnisse – Veranschaulichung der Detailseiten »Rund um's Studium« und »Interviews« <i>Laura Mettke, Paula Töpfer</i>	6 S.	2018-01-19
AP 26	Zwischen Dokumentenmanagement und Projektarbeit [Intv. Martin] <i>Laura Mettke, Paula Töpfer</i>	4 S.	2018-01-19
AP 27	Alles unter einem Hut als Projektmanagerin in einer Digitalagentur [Intv. Halbig] <i>Laura Mettke, Paula Töpfer</i>	4 S.	2018-01-19
AP 28	Selbstständig und angestellt: The Best of Both Worlds [Intv. Galla] <i>Louisa Schäfer</i>	4 S.	2018-01-19
AP 29	Der Mix macht's – zwischen Online-Marketing und Direktmarketing [Intv. Deldar] <i>Melanie Westphal</i>	4 S.	2018-01-19
AP 30	Sieben Goldene Tipps von Alumni für Studenten <i>Melanie Westphal</i>	3 S.	2018-01-19
AP 31	„Und was kann man mit deinem Studium werden?“ – Diese drei Absolventinnen gehen dieser lästigen Frage auf den Grund. Auswertung der Talk-Runde <i>Lena Heitmann</i>	7 S.	2018-01-19
AP 32	Die Talkshow – eine kurze Zusammenfassung der erlernten Inhalte <i>Lena Heitmann</i>	3 S.	2018-01-19
AP 33	Spezialdossier – Künftige Berufsperspektiven der Muls <i>Svenja Suck</i>	5 S.	2018-01-19
AP 34	Muss es immer ganz oder gar nicht sein? Eine halbe Leitungsstelle [Intv. Jährig] <i>Liesa Engel, Sophie Petersen</i>	4 S.	2018-01-19

AP 35	Als Produktmanager bei der Zeit – Journalistische Produkte undheit fördern [Intv. Wagner] <i>Sophie Petersen, Jennifer Trunschel</i>	3 S.	2018-01-19
AP 36	Zeit lassen und Zeit nehmen – der Einstieg als Junior Produktmanagerin [Intv. Köster] <i>Anousheh Damia, Liesa Engel</i>	4 S.	2018-01-19
AP 37	Vergleich der Auswertung zwischen Bachelor und Master-Studenten -Fragen zum ersten Job, zum jetzigen Job und allgemeine Fragen zum Arbeitsalltag <i>Anousheh Damia, Liesa Engel</i>	2 S.	2018-01-19
AP 38	Vergleich der Auswertung zwischen Bachelor- und Master-Studenten – Fragen zum Studium und zu den Studieninhalten <i>Sophie Petersen, Jennifer Trunschel</i>	2 S.	2018-01-19
AP 39	Sei bereit, Neues dazu zu lernen, um dich weiterzuentwickeln [Intv. Gladiator] <i>Anousheh Damia, Jennifer Trunschel</i>	4 S.	2018-01-19
AP 40	Planung, Erstellung und Pflege der Webseite »Die Alumni-Talkshow« <i>Sophie Godemann</i>	1 S.	2018-01-19
AP 41	Planung, Erstellung und Pflege der Webseite »Über das Projekt« <i>Sophie Godemann</i>	3 S.	2018-01-19
AP 42	In nur drei Jahren die komplette Karriereleiter hinauf [Intv. Bickhardt] <i>Sophie Godemann</i>	4 S.	2018-01-19
AP 43	Redaktion des Endberichts samt Abstract und Zusammenstellung der Takeaways <i>Sophie Godemann, Lena Heitmann, Sophie Petersen, Louisa Schäfer, Svenja Suck, Jennifer Trunschel</i>	.	2018-01-26
AP 44	Konzeption und Fertigstellung der Präsentation für die Projektvorstellung an der HAW <i>Anousheh Damia, Liesa Engel, Laura Mettke, Paula Töpfer, Melanie Westphal, Michael Chahabi,</i>		2018-01-26

Hamburger Materialien zur Medien-Information

Schriftenreihe zur Theorie, Methodik und Praxis im Medien-Informationsmanagement

Hrsg.: Prof. Dr. Ralph Schmidt M.A. • Forschungsagentur : rais • Kurt-Schill-Weg 2 • 22455 Hamburg • 0 40 / 44 66 71 • rais.schmidt@t-online.de

- Nr. 1 Projektteam Mediendokumentation: Modelle und Konzepte der Beitragsdokumentation und Filmarchivierung im Lokalfernseher Hamburg 1 / Endbericht. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, Juli 1996. – 150 S., 31 Abb., 15 Tab., Bibliogr., Register, DM 55,–
- Nr. 2 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ANNETTE NIEMANN (Mitarb.): »I did it my way« – 1995 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, November 1996. – 234 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch.
- Nr. 3 ARBEITSGEMEINSCHAFT MEDIENDOKUMENTATION ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; SABINE WERTHER (Mitarb.): Aufgaben und Praxis der Mediendokumentation : Vorträge – Exkursionen – Interviews. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, voraussichtlich September 1999. – *in Vorbereitung*
- Nr. 4 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ANNETTE NIEMANN (Mitarb.): »I did it my way« – 1996 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, April 1997. – 276 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch.
- Nr. 5 PROJEKTTEAM MEDIENDOKUMENTATION: Dokumentarische Kompetenz in der Multimedia-Branche : eine Hamburger Delphi-Studie / Endbericht. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, Juli 1997. – 186 S., 6 Abb., 6 Tab., Bibliogr., Register, DM 65,–
- Nr. 6.1 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; SANDRA MIESKE (Mitarb.): »I did it my way« – 1997 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. Bd. 1: Text & Bild / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, April 1998. – 276 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch.
- Nr. 6.2 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; SANDRA MIESKE (Mitarb.): »I did it my way« – 1997 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. Bd. 2: Funk, Info & PR / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, April 1997. – 276 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen – Nur für FH-internen Gebrauch.
- Nr. 7 PROJEKTTEAM MEDIENDOKUMENTATION: Videoarchivierung am digitalen Schnittplatz : Entwicklung und Implementierung eines multimedialen Dokumentationssystems für die Videoproduktion an Bord des Redaktionsschiffes ALDEBARAN ; ALDOK Handbuch : Logging, Datenbank, Systematik. Hamburg : Fachhochschule, FB Bibliothek und Information, Juli 1998. – 52 S., 16 S., 26 S., 17 S., div. Abb., DM 45,–
- Nr. 8 IMKE HENKEL (Hrsg.) ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Projektmanagement : Relaunch einer Tageszeitung / Reader (Materialien für die Managementakademie der Studienstiftung des deutschen Volkes in Chorin vom 16. bis 22. August 1998). Hamburg : Forschungsagentur : rais, Juli 1998. – 214 S. – begrenzte Aufl.
- Nr. 9 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; LAPPE, KATHRIN (Mitarb.): »I did it my way« – 1998 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 1999. – 244 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 10 PROJEKTTEAM MEDIENDOKUMENTATION: Schnittstellenkompetenz in der New Media-Branche : Informationsorganisation und Wissensmanagement als Arbeitsfeld.. Hamburg : FH Hamburg, FB Bibliothek und Information, 1999 (Hamburger Materialien zur Medien-Information ; 10). – 197 S., 32 Abb., 10 Tab., Register
- Nr. 11 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 1999 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation./ Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2000. – Nur für FH-internen Gebrauch.
- Nr. 12 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen : Tendenzen des Knowledge Management ; Berufsbilder der New Media Ära / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 1999. – ivx S. + 128 S. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 13 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Medien-Informationsmanagement : Praxis – Projekte – Präsentationen. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2000. – 306 S., zahlr. Abb., zahlr. Tab., Register
- Nr. 14 RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.) ; Projektteam Mediendokumentation: Web-gestütztes Customer- und Opinion-Management in der Zeit-Online-Redaktion : Abschlussbericht. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, Juli 2000. – 98 S., zahlr. Abb., Tab.
- Nr. 15 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen : Tendenzen des Knowledge Management ; Berufsbilder der New Media Ära / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2000. – 264 S., zahlr. Abb., zahlr. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 16 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2000 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Fachhochschule Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2001. – 200 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 17.1 PROJEKTTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT: Knowledge & Information Management in der New Media-Branche als innerbetriebliche Qualifizierung. Bd. 1: Abschlussbericht. Hamburg : FH Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2001. – 111 S.
- Nr. 17.2 PROJEKTTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT: Knowledge & Information Management in der New Media-Branche als innerbetriebliche Qualifizierung. Bd. 2: Materialienband mit CD. ROM »Online-Recherche-Handbuch«. Hamburg : FH Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2001. – 90 S.
- Nr. 18 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2001 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2001. – 264 S., zahlr. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 19 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2001 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2002. – 198 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 20 PROJEKTTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT: Gender und Lebenslauf in der New Economy : Analysen zu Karrieremustern, Leitbildern und Lebenskonzepten. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2002. – 210 S.
- Nr. 21 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2002 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2002. – 132 S., zahlr. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 22 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2002 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2003. – 274 S., div. Abb., div. Tab., zahlr. Anlagen. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 23 PROJEKTTEAM BIBLIOTHEK UND INFORMATION: Knowledge on Demand in der Bekleidungsindustrie : Konzeption einer digitalen Wissensplattform für das lernende Unternehmen in der Textilbranche. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2003. – 228 S., 62 Abb., CD-ROM
- Nr. 24 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2003 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2003. – 204 S., zahlr. Abb.. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 25 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2003 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2004. – 514 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 26 PROJEKTTEAM MEDIEN-INFORMATIONSMANAGEMENT ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): HSH-Nordbank: Yellow-Pages-Entwicklung : Konzept zur Strukturierung, Indexierung, Akquisition und Recherche von Mitarbeiterdaten in Intranets der Kreditwirtschaft, Projektbericht. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2004. – 186 S., 81 Abb., 7 Tab., Beigabe: CD-ROM
- Nr. 27 PROJEKTTEAM MEDIEN UND INFORMATION, GRUPPE ARIAL, GRUPPE BODONI: Content-Organisation in der Bilddokumentation : Ergebnisbericht zum Projekt picont. Hamburg : HAW Hamburg, FB Bibliothek und Information, 2004. – 104 S., Beigabe: CD-ROM
- Nr. 28 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Medien & Information als Beruf – ein Manual / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2004. – 103 S. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 29 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Arbeitsorganisation und Präsentation – Papers 2004 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2004. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 30 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2004 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, Dezember 2004. – 144 S., zahlr. Abb.. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 31 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2004 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, FB Bibliothek und Information, April 2005. – 287 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 32 PROJEKTTEAM AMUSE ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.): medienhandbuch revisited : Diagnosen und Rezepte zu Usability, Marketing und eMarket-Strategien eines Medienportals, Projektbericht. Hamburg : HAW Hamburg, Abteilung Information, 2005. – 358 S., 94 Abb., 23 Tab., Beigabe: CD-ROM
- Nr. 33 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Informationsvermittlung auf neuen Wegen 2005 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2005. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 34 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2005 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Mediendokumentation. / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 276 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 35 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 234 S., div. Abb.
- Nr. 36.1 PROJEKTTEAM BOOKNEWS ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.): Nachrichten vom Buchverlag : Entwicklungsstudie für einen vertriebsunterstützenden E-Mail-Newsletter des Buchverlags »Ellert & Richter«. Bd. 1: Projektbericht. Hamburg : HAW Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 142 S., 14 Abb., 3 Tab.
- Nr. 36.2 PROJEKTTEAM BOOKNEWS ; RALPH SCHMIDT (Hrsg.) ; ULRIKE SPREE (Hrsg.): Handbuch zum Newsletter : Entwicklungsstudie für einen vertriebsunterstützenden E-Mail-Newsletter des Buchverlags »Ellert & Richter«. Bd. 2: Handbuch. Hamburg : HAW Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 82 S., 71 Abb.

- Nr. 37 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Auf den Schultern von Riesen – die eigene Diplomarbeit 2006 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2006. – 93 S. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 38 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2006 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 314 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 39 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2007 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 220 S., div. Abb.
- Nr. 40 PROJEKTEAM BELAMI; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Das Leben danach ... – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 282 S., 50 Abb., 9 Tab.
- Nr. 41 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Auf den Schultern von Riesen : die eigene Bachelor- oder Diplomarbeit 2007 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2007. – 107 S., div. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 42 PROJEKTEAM ALL ABOUT SCHMIDT; FRAUKE SCHADE (HRSG.); RALPH SCHMIDT (Hrsg.): All About Schmidt – Marketingkonzeption, Image-Analyse und Kommunikationsstrategie für die Hochschulbibliothek der Helmut-Schmidt-Universität. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 230 S., 69 Abb., 38 Tab.
- Nr. 43 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2007 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 414 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 44 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2008 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 288 S., div. Abb.
- Nr. 45 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Auf den Schultern von Riesen : die eigene Bachelorarbeit 2008 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2008. – 112 S., div. Abb. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 46 PROJEKTEAM MARKE CSB; FRAUKE SCHADE (HRSG.); RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Die Marke CSB – Informationsmarketing und Markenbildung für das Center for Stroke Research Berlin. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 168 S., 90 Abb., 50 Tab.
- Nr. 47 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2008 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 276 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 48 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2009 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 212 S., div. Abb.
- Nr. 49 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): hais : HAW Abstracts in Information Science and Services / Seminar-Reader 1 (2009), Nr. 1. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2009. – 176 S., div. Abb.
- Nr. 50 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2009 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2010. – 514 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 51 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2010 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2010. – 167 S., div. Abb.
- Nr. 52 PROJEKTEAM EFG USER SURVEY; RALPH SCHMIDT (Hrsg.); ULRIKE SPREE (Hrsg.): EFG User Survey : Treatment. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2011. – 240 S., 44 Abb., 43 Tab.
- Nr. 53 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2010 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2011. – 363 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 54 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2011 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2011. – 176 S., div. Abb.
- Nr. 55 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Fallbeispiele der Personalführung 2010 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2010. – 119 S., div. Abb.
- Nr. 56 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): hais : HAW Abstracts in Information Science and Services / Seminar-Reader 2 (2012), Nr. 2. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2012. – 148 S., div. Abb.
- Nr. 57 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2011 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2012. – 369 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 58 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2012 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2012. – 213 S., div. Abb.
- Nr. 59 PROJEKTEAM MIND THE GAP; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Akzeptanz und Erfolg der Studienabschlüsse Bachelor und Master in der Hamburger Medien- & Informationswirtschaft. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2012. – 139 S., 23 Abb., 4 Tab.
- Nr. 60 PROJEKTEAM BELAMI®; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): ... da geht noch mehr – Berufsbilder, Entwicklungsziele und Lebensläufe von Alumni im Berufsfeld Medien & Information, revisited. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2013. – 298 S.; 91. Abb.; 32. Tab.
- Nr. 61 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2012 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2013. – 364 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 62 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2013 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2013. – 124 S., div. Abb.
- Nr. 63 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): hais : HAW Abstracts in Information Science and Services / Seminar-Reader 3 (2013), Nr. 3. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2013. – 85 S., div. Abb.
- Nr. 64 SABINE WERTHER (Hrsg.): Mein Text, der Wissen schafft / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2014. – 222 S., div. Abb.
- Nr. 65 Projektteam Journaltrafik; Ralph Schmidt (Hrsg.): JournalTrafik – Marktbeobachtung und Analysen zu Nutzungsbarrieren, Produkt-akzeptanz und Absatzstrategien im Preis-, Produkt- und Distributionsmarketing digital vertriebener Magazine. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2014 – 220 S.; 43 Abb.; 24 Tab.
- Nr. 66 Ralph Schmidt (Hrsg.): »I did it my way« – 2013 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2013. – 438 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 67 Ralph Schmidt (Hrsg.): Berufsbilder Medien & Information 2014 / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2014. – 200 S., div. Abb.
- Nr. 68 Sabine Werther (Hrsg.): Mein Text, der Wissen schafft / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2014. – 128 S., div. Abb.
- Nr. 69 PROJEKTEAM LINKFISCH; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Link-Fisch – Konzeption, Entwicklung und Umsetzung einer Link-Bait-Kampagne für den Online-Shop neckermann.de. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2015 – 146 S.; 53 Abb.; 9 Tab.
- Nr. 70 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2014 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2015. – 449 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 71 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder aus Medien & Information 2015 : Interviews mit Fachleuten der digitalen Kommunikation / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2015. – 140 S., div. Abb.
- Nr. 72 SABINE WERTHER (Hrsg.): Mein Text, der Wissen schafft / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2015. – 147 S., div. Abb.
- Nr. 73 PROJEKTEAM RELAISON; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): RelaisON – Strategische Evaluation zu Usability, Wahrnehmbarkeit und Markenprofilierung des Website Relaunch für das Jobportal Stellenwerk. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2016 – 148 S.; 200 Abb.; 5 Tab.
- Nr. 74 RALPH SCHMIDT (Hrsg.); SABINE WERTHER (Hrsg.): Thrill of Skill – explorative Besuche und Gespräche zu Qualität und Qualifikation in der Medien- und Informationsarbeit / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2016
- Nr. 75 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder aus Medien & Information 2016 : Interviews mit Fachleuten der digitalen Kommunikation / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2016. – 226 S., div. Abb.
- Nr. 76 PROJEKTEAM THRILL OF SKILL; RALPH SCHMIDT (Hrsg.); WERTHER SABINE (Hrsg.): Thrill of Skill : explorative Besuche und Gespräche zu Qualität und Qualifikation in der Medien- und Informationsarbeit. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2016. – 110 S., div. Abb.
- Nr. 77 SABINE WERTHER (Hrsg.): Mein Text, der Wissen schafft / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2016. – 174 S., div. Abb.
- Nr. 78 PROJEKTEAM SNAPVERTISE; RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Snapvertise : Nutzung, Benefit und Potenzial von Instant-Social-Media-Marketing in der Werbe- und PR-Arbeit. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2017 – 136 S., 141 Abb.
- Nr. 79 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): »I did it my way« – 2016 : Berichte zum Praxissemester im Studiengang Medien & Information / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2017. – 285 S., div. Abb., div. Tab. – Nur für FH-internen Gebrauch
- Nr. 80 RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Berufsbilder aus Medien & Information 2017 : Interviews mit Fachleuten der digitalen Kommunikation / Seminar-Reader. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2017. – 226 S., div. Abb.
- Nr. 81 PROJEKTEAM WOMEN'S CHOICE; WERTHER SABINE (Hrsg.); RALPH SCHMIDT (Hrsg.): Women's Choice : explorative Besuche und Gespräche zu Frauen und Führung in der Medien- und Informationsarbeit. Hamburg : Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg, Abteilung Information, 2017. – 114 S., div. Abb.

Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg
HAW Hamburg

Fakultät Design – Medien – Information
Department Information
Finkenau 35
22081 Hamburg