



Staatlich anerkannte, private
**Fachhochschule des
Mittelstands (FHM)**



Bachelor – und was dann?



// RÜCKBLICK MEDIA.TALK11

Beim achten MEDIA.TALK diskutierten hochkarätige Gäste über Zusammenspiel und Widerspruch von News und Entertainment.



// BERLIN WAS CALLING

Hauptstadtfieber: Die Bielefelder Studiengruppe MJ18 erlebte bei ihrem dreitägigen Trip in Berlin ein abwechslungsreiches Programm.



// STUDIEREN IN PULHEIM

Die Pulheimer Technologiemanagement Studentin Claudia Nadine Casella weiß, was sie will: Eine Karriere im technischen Bereich.



BACHELOR – UND WAS DANN? // 4



NEUE MASTER-STUDIENGÄNGE // 9



WAT JIBBET NEUES IN KÖLLE? // 15

INHALT

// FHM.LIFE

BACHELOR – UND WAS DANN?	4
NEU: DRESS UP FHM	5
3 PROFESSUREN & EINE PRODEKANIN	5
DIE TALKSHOW: EIN MEDIALES PARALLELUNIVERSUM ...	6/7
AHRNTAL ROCKT!	8
NEUER B.A. TOURISMUSMANAGEMENT	8
NEUE MASTER-STUDIENGÄNGE	9

// CAMPUS.BIELEFELD

MEDIA.TALK 2011 – EIN RÜCKBLICK	10/11
SÜSSER DIE GLOCKEN NIE KLINGEN	11
BERLIN, BERLIN: WIR WAREN IN BERLIN	12
SCHWARZGELBES MARKETING	13
AND THE BEAT GOES ON AND ON	13

// CAMPUS.KÖLN

MJ-LER ÜBERARBEITEN DR. OETKER-PUBLIKATION	14
MEDIENKONVERGENZ PUR	14
WAT JIBBET NEUES IN KÖLLE?	15

// CAMPUS.PULHEIM

ICH WILL ALS FRAU EINE KARRIERE IM TECHNISCHEN BEREICH MACHEN	16
KOOPERATION MIT STADTWERKEN	17
B.A. VERANSTALTUNGSTECHNIK & -MANAGEMENT	17

// CAMPUS.HANNOVER

WEIHNACHTSMANN UND ENGELCHEN	18
DAUERBRENNER DBA	19
WEITERBILDUNG STATT WOCHENENDE	19

// FHM.FORSCHUNG & ENTWICKLUNG

INTERNATIONALE KOOPERATION IM BEREICH ENERGIEMANAGEMENT	20
ABSCHLUSSVERANSTALTUNG DES A3-OWL-MODELLPROJEKTS	21

// FHM.ALUMNI

NEUER VORSTAND	22
ALUMNI CONNECTED	23

FHM Rostock startet im Mai

Die FHM wächst weiter und baut in Rostock einen neuen Standort auf. Im Oktober startete an der FHM der Studiengang B.A. Kindheitspädagogik in Kooperation mit dem pädagogischen Kolleg Rostock. Das Studienangebot wird weiter ausgebaut und bereits im Mai werden 45 neue dual Studierende immatrikuliert. Unterstützt wird der Leiter des Standortes Rostock, Prof. Dr. Walter Niemeier, von Frau Dr. habil. Silke Pfeiffer und der wiss. Mitarbeiterin Xenia Dienemann. Ein ausführlicher Bericht folgt in der nächsten Ausgabe.

LIEBE STUDIERENDE DER FHM,

Powerpoint-Präsentationen, Case-Studies und e-learning gehören zum Alltag der FHM. Genauso wie Credit Points, Prüfungstermine oder Trimesterparties. Hiermit haben wir alle fast täglich zu tun.

Es gibt aber auch viele Entwicklungen, die nicht für jeden direkt sichtbar und erfahrbar sind. Aktiv sind wir neben Studium und Lehre auch im Bereich der Forschung und Entwicklung sowie im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung.

An der FHM studieren mittlerweile 1350 Studierende in 15 Bachelor- und vier Master-Studiengängen; an den Standorten Bielefeld, Köln, Pulheim und Hannover. Aktiv sind wir außerdem in der Forschung und Entwicklung und im Bereich der wissenschaftlichen Weiterbildung. All dies erfährt man nur bei einem Blick hinter die Kulissen.

Was passiert eigentlich an der FHM Köln? Welche neuen Professoren gibt es? Und was macht die Absolventenvereinigung der FHM, der Alumni e.V.? In dieser Ausgabe des CAMPUS.REPORT berichten wir über ganz besondere studentische Projekte wie den MEDIA.TALK oder die Party im Bielefelder Far Out, werfen einen weiblichen Blick auf das Studium Technologiemanagement in Pulheim und zeigen, wie das Campus Leben an der FHM Hannover gestartet ist.

Unser Titelthema „Bachelor – und was dann?“ widmet sich der Frage der Zukunftsperspektive nach dem Bachelor-Abschluss. Ein Thema, mit dem sich jeder Studierende zum Ende seines Studiums beschäftigt. Das Titelthema wurde übrigens von einer unserer Master-Studierenden geschrieben!

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Ihre Prof. Dr. Anne Dreier



Prof. Dr. Anne Dreier

Rektorin der Fachhochschule des Mittelstands (FHM)

IMPRESSUM

CAMPUS.REPORT

DAS MAGAZIN DER FACHHOCHSCHULE
DES MITTELSTANDS (FHM)

Ausgabe 2, Mai 2012

HERAUSGEBER:

Fachhochschule des Mittelstands (FHM) GmbH
University of Applied Sciences
Die Rektorin, Prof. Dr. Anne Dreier
Ravensberger Straße 10 G, 33602 Bielefeld
Fon +49 (0) 5 21. 9 66 55-10
Fax +49 (0) 5 21. 9 66 55-11
campusreport@fh-mittelstand.de
www.fh-mittelstand.de

REDAKTION & LAYOUT:

Gerlis Viola Meinert, Rouven Herberhold, Franziska
Messinger, Stefanie Grube, Daniel König, Prof. Dr. Patrick
Lentz, Elisa Vorsteher, Anika Deichmann, Tanja Hoffmann



Bachelor – und was dann?

Ein Master-Studium dran hängen oder direkt die Karriere in der Praxis starten? Vor dieser Wahl stehen viele Bachelorabsolventen. Doch es gibt auch die Möglichkeit dies beides zu verbinden.

Von Franziska Messinger (CC02)

Immer mehr Studenten schließen nach drei Jahren ihr Studium mit dem Bachelor-Abschluss ab und stehen dann vor der Qual der Wahl: Weiterstudieren oder direkt anfangen zu arbeiten? Laut Statistischem Bundesamt machten 112.110 Abgänger in Deutschland im Jahr 2010 einen Bachelorabschluss. Auch an der Fachhochschule des Mittelstands steigt die Zahl der Absolventen mit dem neuen Abschluss Jahr für Jahr.

„Wir haben unsere Studiengänge schon sehr früh im Jahr 2006 auf den Bachelor-Abschluss umgestellt und bieten nun seit drei Jahren aufgrund der gestiegenen Nachfrage unseren Alumni auch eigene Master- und MBA- Studiengänge an“, erzählt Prof. Dr. Anne Dreier, Rektorin der FHM. Derzeit bietet die FHM sechs Master- und einen MBA-Abschluss in den Bereichen Wirtschaft und Medien an (nähere Informationen dazu in der unten stehenden Infobox).

Mehr als die Hälfte aller Abgänger einer Fachhochschule streben laut der Studie „Hochschulabschlüsse im Umbruch“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) in Zusammenarbeit mit dem HIS-Institut für Hochschulforschung einen Master-Abschluss an. Der Wunsch nach Weiterbildung und

Spezialisierung steht hierbei für viele angehende Masterstudenten im Vordergrund.

Häufig ist von einem schweren Einstieg in das Berufsleben die Rede. Zu kurze Studiendauer, wenig Praxiserfahrung und nicht genügend kommunikative Fähigkeiten werden den jungen Absolventen nachgesagt. „Die FHM bietet mit ihren praxisorientierten Studiengängen eine sehr gute Grundlage für den Einstieg ins Berufsleben“, sagt Dreier. „Und auch was die sogenannten „Soft Skills“, also die kommunikativen und persönlichen Fähig- und Fertigkeiten angeht, bieten wir in unseren Bachelor-Studiengängen mit den Modulen im Bereich der personalen und sozialen Kompetenz sowie der Aktivitäts- und Handlungskompetenz eine entsprechende Qualifikation an.“

Es besteht aber auch die Möglichkeit, den Master berufs begleitend, also parallel zum Beruf zu machen. So macht es auch Maximilian Nölle. Der 26-jäh-

rige hat vor knapp zwei Jahren seinen Bachelorabschluss im Bereich Medienwirtschaft an der FHM abgeschlossen und studiert nun berufs begleitend den Studiengang New Media Management. „Schon während meines Bachelorstudiums habe ich mich selbstständig gemacht. Nach Beendigung meines ersten Studiums habe ich mich dann aufgrund der persönlichen Weiterentwicklung für das Masterstudium entschieden und wollte zeitgleich meine beruflichen Perspektiven weiter ausbauen“, sagt er. Die Vereinbarkeit von Studium und Beruf bei den Masterstudiengängen an der FHM aufgrund von E-Learning-Programmen und Vorlesungen an den Wochenenden ist gegeben. „Natürlich ist es in Prüfungsphasen nicht immer so leicht, beides unter einen Hut zu bekommen – aber das ist zeitlich schon machbar“, berichtet Nölle.

Jeder Absolvent sollte für sich persönlich entscheiden, welcher Weg für ihn der Sinnvollste ist. Besonders die Gesichtspunkte Einstiegsgehalt, Aufstiegschancen und persönliches Anliegen sollten in jedem Fall mit in die Entscheidung einfließen. „Ein weiterer Abschluss vertieft das im Bachelor erworbene Wissen und sollte auf den persönlichen Interessen und Talenten aufbauen“, so Dreier abschließend.

MASTER AN DER FHM

- MBA Entrepreneurship & Management
- M.A. Creative Communication & Social Media Management
- M.A. Crossmedia & Communication Management
- M.A. International Management
- M.A. Mittelstandsmanagement
- M.A. New Media Management
- M.A. Unternehmenskommunikation

[fh-mittelstand.de/
master-mba](http://fh-mittelstand.de/master-mba)

NEU: DRESS UP FHM!

GET THE LOOK...IM NEUEN FHM-MERCHANDISING-SHOP!

Wer seine Verbundenheit zur FHM gerne besonders betonen möchte, kann dies nun mit den FHM-Polos, Hoodies, Kapuzen-Jacken oder aber der Dokumententasche aus dem FHM Shop tun.

Zu finden unter www.fh-mittelstand.de/shop. Das Sortiment ist momentan noch überschaubar, soll aber nach und nach um einige attraktive Produkte ergänzt werden. Die FHM-Kollektion wird in Kooperation mit der SHIRTWAY GmbH angeboten – das sichert neben günstigen

Preisen eine hohe Produktqualität. Die Bestellung wird von Shirtway entgegen genommen und die bezahlte Bestellung kann innerhalb weniger Werkzeuge versendet werden und ist so schnell beim Käufer. Für innerdeutsche Lieferungen entstehen in der Regel zusätzliche Versandkosten in Höhe von 5,95 €.

Wer noch gute Ideen zum Thema Merchandising hat, kann diese übrigens sehr gerne unter marketing@fh-mittelstand.de loswerden!



3 PROFESSUREN & EINE PRODEKANIN

Seit November 2011 wurden drei Professorinnen und Professoren berufen – bei zweien handelt es sich um Honorarprofessuren.

Den Anfang hat Mitte November Prof. Bernd Gäbler gemacht. Der renommierte Medienjournalist und Publizist doziert bereits seit dem Jahre 2005 an der FHM und gilt als ausgezeichnete Kenner der deutschen wie auch internationalen Medienlandschaft. Als Honorarprofessor wird er insbesondere in den Bachelor- und Masterstudiengängen Medienkommunikation & Journalismus (B.A.), Medienwirtschaft (B.A.) und Unternehmenskommunikation (M.A.) sowie Crossmedia & Communication Management (M.A.) lehren.

Dr. Kerstin Liesem ist erst vor einigen Wochen zur Professorin im Fachbereich Medien ernannt worden. Als jüngste Professorin der FHM vertritt sie die Fächer Unternehmenskommunikation und Medienwirtschaft. Sie lehrt insbesondere am Campus Köln.

Neben den zwei Professuren im Fachbereich Medien gibt es auch anderweitig Unterstützung: Seit Februar 2012 hat Prof. Dr. Astrid Kruse das Prodekanat inne. Sie unterstützt in dieser Funktion Prof. Dr. Anne Dreier, die Dekanin Medien, sowie Prodekan Prof. Dr. Stefan Bielezke in der fachlichen und organisatorischen Leitung des Fachbereichs.

Zu guter Letzt: Erst Ende März wurde der renommierte Wirtschaftswissenschaftler Berndt Kriete zum Honorarprofessor der FHM berufen. Bereits seit Herbst 2004 doziert er im Bereich „Unternehmensführung“ sowie „Allgemeine Betriebswirtschaftslehre“. Er wird daher weiterhin insbesondere in den Bachelorstudiengängen Betriebswirtschaft, Medienwirtschaft sowie Banking & Finance lehren.



Lehre auf höchstem Niveau: Prof. Bernd Gäbler, Prof. Dr. Kerstin Liesem, Prof. Dr. Astrid Kruse, Prof. Berndt Kriete

DIE TALKSHOW: EIN MEDIALES PARALLELUNIVERSUM

Talk, Talk, Talk – Plasberg, Maischberger, Will, Illner, Jauch und viele andere mehr. Fast ist das Gerede vor Kameras zur dominanten journalistischen Form geworden, in der das Fernsehen Politik behandelt. Durch zwei Studien über Talkshows ist es im Jahr 2011 gelungen, die kritische Debatte über diese inflationär eingesetzten Sendeform zu beflügeln.

Von Prof. Bernd Gäbler

MEHR TALK, MEHR INFORMATION?

War es ein Vergnügen? Oder war es eine Qual? Von beidem war etwas dabei. Zweimal – von Mitte April bis Mitte Juli und von Ende August bis Anfang Oktober 2011, also vor und nach der ARD-Programmreform – habe ich alle politischen Fernsehtalkshow angeschaut: live oder im Nachhinein als Aufzeichnung. Der Zweck war die Analyse, aber diese selbst gestellte Aufgabe hat natürlich auch Spaß gemacht. Im Kern war es eine Arbeit der De-Konstruktion.

Damals hatte die ARD gerade stolz Günther Jauch als neuen Talkmaster für den Sonntagabend gewonnen und die Programmverantwortlichen beeilten sich, alle bisherigen und verbliebenen Talker über die Sende-Woche zu verteilen. Sie taten dies mit einem großen Anspruch. Eher salopp behauptete der ARD-Programmdirektor Volker Herres zunächst: „Talk ist geil im Fernsehen, die Leute mögen das.“ Aber bald wurde nachgelegt: Gerade der Talk diene der „Selbstverständigung der Gesellschaft“, wecke Interesse für Politik, ja sei ein „echter Beitrag für die Demokratie“.

Mit kleinerer Münze ging es wohl nicht. Rasch aber zeigte sich, dass der „orale

Overkill“ (Hans-Ulrich Jörges) keineswegs ein Quoten-Selbstläufer war. Mir aber war der Inhalt wichtiger als die Quantität. Worüber wurde zum Beispiel von Ende August bis Anfang Oktober gesprochen? Sieben mal über den Euro, je drei Talk-Sendungen befassten sich mit dem Papst, „burn-out“ und Alter/Rente. Gerade noch 30 der 152 Gäste in den ersten 32 Sendungen nach der Sommerpause waren aktive Politiker. Im Drang nach Popularität bevorzugten inzwischen alle Talkmaster einen Gästetypus: Ihresgleichen. Medien-Leute, also meinungsstarke Journalisten, TV-Kol-

legen, bekannte Moderatoren, Schauspieler, Autoren oder auch Fernsehköche waren die auch in den sogenannten „politischen“ Talkshows mit Abstand am stärksten vertretene Gästegruppe.

Und die Gäste müssen in der Regel einem auf der Hand liegenden Stereotyp entsprechen: So wird mit Sonya Kraus, Lady Bitch Ray und Alice Schwarzer über Geschlechterverhältnisse gesprochen; mit Charlotte Roche über Tabus; mit einem Fernsehkoch und einer Schauspielerin über Jugendgewalt; mit Rolf Eden und Ruth-Maria Kubitschek über das Altern;



mit Carlo von Tiedemann, Karl Moik und Hans-Joachim Fuchsberger über Volkskrankheiten. Die Themen sollen „lebensnah“ sein und meist auch „Service“ bieten. Wenn es um Ernstes wie die Euro-Krise geht, müssen unbedingt Teilnehmer das Wort führen, die dem normalen TV-Konsumenten bereits bekannt sind, wie Anja Kohl, das ARD-„Börsengesicht“ oder Dirk Müller, der gerne als „Mister Dax“ annonciert wurde, um so Wirtschaftskompetenz zu demonstrieren.

Verantwortliche, also Finanzminister Wolfgang Schäuble, der Chef der Euro-Gruppe Jean-Claude Juncker oder gar der jeweilige EZB-Chef meiden den TV-Talk. Ebenso abstinenter agieren die Banker. Unternehmer, in einer Marktwirtschaft ja durchaus bedeutende Akteure,

kommen im Fernseh-Talk fast durchgängig nur als Karikatur vor: Ernst Probst (Liqui Moly) und Wolfgang Grupp (Trigema) geben hierfür den Prototyp ab.

Alle Talks wollen einen „weiten Politikbegriff“ und reklamieren, so die „Lebenswirklichkeit“ des Publikums abzubilden. Tatsächlich werden sie nach vorbestimmten „Meinungssegmenten“ besetzt und in ihren Abläufen durchchoreografiert. Ein nochmaliger Schub hin zur Unterhaltung war feststellbar. So entstehen sehr eingeeengte Themen-Cluster (kaum Zukunftsthemen, keine Außenpolitik, überproportional viel Gesundheit, Rente und Alter) und die immer gleichen Gäste-Typologien. Der Talk ist keine journalistische Form mehr, in der die Gesellschaft neugierig erkundet wird. Die Argumente werden nicht zur gegenseitigen Bereicherung der Diskutanten ausgetauscht. Stattdessen hat sich in den stark ritualisierten Talkshows weitgehend ein mediales Paralleluniversum entwickelt.

WAS MACHT DIE TALK-SHOW MIT DER POLITIK?

Für die Dynamik des Mediums Fernsehen ist diese Sorte Talk mindestens eine Innovationsbremse. Viel wichtiger ist aber die Frage, was die Talkshow mit Politik und Gesellschaft macht. Zunächst prägt sie eine Vorstellung vom menschlichen Gespräch. Laut Talkshow-Brevier ist das vor allem ein plakatives Vortragen von pointierten Statements. In der Regel steht eine Entweder/Oder-Frage im Zentrum. Gefragt sind klare Positionen und eindeutige Festlegungen. Gedankliche Suchbewegungen werden allenfalls als Pose zugelassen.

Mit der tatsächlichen politischen Entscheidungsfindung, mit der komplexen Verästelung in unserer Verhandlungsdemokratie hat der TV-Talk wenig zu tun. Allerdings ist es äußerst beliebt, diese „Realpolitik“ als abgehoben vor-



// PROF. BERND GÄBLER

Honorarprofessor an der FHM im Fachbereich Medien, ist Verfasser der Studien: „Unseren täglichen Talk gib' uns heute“, 149 S., Eine Studie im Auftrag der Otto Brenner Stiftung, Frankfurt a.M. 2011, OBS-Arbeitsheft 68 und: „Talkshows auf dem Prüfstand“, 45 S., Mainz 2011, Broschüre zum 16. Mainzer Medien Disput.

zustellen. Stattdessen wird die Talkshow aber gerne für „Symbolpolitik“ genutzt: das kann die dramatische Selbstvergewisserung einer Partei ebenso sein wie die Veranschaulichung der Unterschiede, wenn der Kompromiss längst auf den Weg gebracht wurde. Ab und an wird dieses realpolitische Grau allenfalls von dem einen oder anderen Charismatiker überstrahlt, der es versteht, das reichweitenstarke Fernsehen als Bühne der Selbstinszenierung zu nutzen. Diesen Sinn haben Talkshows für Politiker vor allem. Schon wird – quer durch alle Parteien – die Affinität zum Medium Fernsehen zu einem der Selektionskriterien für politische Karrieren. Die Bürger kommen gerne als „persönliches Beispiel“ vor oder als „arme Würstchen“, so gut wie nie als selbstbewusste, das Schicksal der Gemeinschaft mitbestimmende „Citoyens“. Trotz aller „Faktenchecks“, Chats und YouTube-Kanäle ermuntern Talkshows kaum zur demokratischen Partizipation, sondern wirken wie ein Sedativ, weil bloß ständig allerlei Leute alles folgenlos bequatschen.



AHRNTAL ROCKT!

SKIFREIZEIT DER FHM ZUM VIERTEN MAL `NE „MOADSGAUDI“

Frieren, fahren, feiern: Eine Woche vor Ostern machten sich 24 Studierende und Alumni gemeinsam mit zwei Betreuern der FHM auf nach St. Johann in Südtirol, um eine Woche voller Schneesport und Hüttengaudi zu erleben.

Das mit 25 Kilometern recht kleine Skigebiet im Südtiroler Ahrntal war dafür optimal. Morgens sah man den einen oder anderen noch die Piste unsicher machen, spätestens ab Mittag wurde dann auf der Hütte bei Germknödel und Skiwasser die Sonne angebetet. Nach dem Sport wurde der Hexenkessel angesteuert. Ob Ü-40 oder Teenie-Party, die Truppe wusste sich in jeder Situation in Stimmung zu bringen und brachte den Kessel im Zweifel auch alleine zum Brodeln.

Das Besondere an dieser Fahrt ist vor allem die Möglichkeit, Kontakt mit Studenten aus anderen Kursen aufzubauen, was sonst im Campusalltag der FHM eher schwer fällt. Die Stimmung war an jedem Tag ausgelassen und wurde durch das

gute Wetter weiter beflügelt. Eine insgesamt erlebnisreiche Woche, die so im nächsten Jahr mit hoffentlich vielen neuen Gesichtern wiederholt wird.



Stimmungsvoll: 24 Studierende und Alumni erkundeten die Bedingungen auf- und abseits der Piste.

NEUER BACHELOR-STUDIENGANG TOURISMUSMANAGEMENT

Neu im Studienangebot der FHM ist das Vollzeitstudium Bachelor of Arts (B.A.) Tourismusmanagement. Dieser Studiengang verbindet in besonderer Weise betriebswirtschaftliche und touristische Kompetenzen. Ferner liegt ein Fokus des Studiums auf der Vermittlung von Fremdsprachenkompetenzen (Englisch sowie Französisch/Spanisch) sowie interkulturellen Kompetenzen.

Die Berufsperspektiven nach dem Studium sind aufgrund der Dynamik der Tourismusbranche sehr vielfältig. Interessante Perspektiven bieten sich Absolventen nach dem Bachelor-Studium unter anderem im Management bei internationalen Reiseveranstaltern, bei Tourismuskonzernen oder in lokalen

und regionalen Touristik- und Fremdenverkehrsverbänden.

Schon länger ist die FHM in der Tourismusbranche aktiv. Im Rahmen der Kooperation mit ruf reisen wird der Reiseveranstalter den zukünftigen Tourismusmanagern qualifizierte Praktikumsplätze im In- und Ausland sowie Nebenjobs zur Verfügung stellen. So können Studierende in ihrem Praxissemester für ruf als Reiseleiter arbeiten oder ganzjährig Praktika in der Zentrale in Bielefeld absolvieren. Auf diese Weise haben sie die Möglichkeit, die im Studium erworbenen Kompetenzen anzuwenden und auszubauen. Außerdem fungiert die FHM als Konsortiumsmitglied bei dem Tempus-Projektantrag

der Universität Hildesheim in Kooperation mit der Universität Nowgorod mit dem Thema: „Interdisziplinäre Aus- und Weiterbildung in Bildungstourismus“. Da zunehmend mehr Menschen aller Altersgruppen touristische Reisen mit Bildungszielen wie z.B. Studium an Schulen und Hochschulen im Ausland, Sprachkurse, Sport-Trainingslager oder Studienreisen in Anspruch nehmen, soll im Zuge des Projekts ein internationales Netzwerk von Hochschulen, anderen Bildungseinrichtungen und Agenturen zur komplementären Aus- und Weiterbildung etabliert werden. Alle Projektpartner sollen an der Entwicklung eines transnationalen Bachelor-, Masterstudienprogramms und einer Weiterbildung mit dem Schwerpunkt Bildungstourismus arbeiten.

NEUE MASTER-STUDIENGÄNGE

ERWEITERTES ANGEBOT FÜR BACHELOR-ABSOLVENTEN

CREATIVE COMMUNICATION & SOCIAL MEDIA MANAGEMENT

Im Fachbereich Medien wurde unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Patrick Lentz der konsekutive Vollzeit-Master-Studiengang „Creative Communication & Social Media Management“ neu entwickelt. Dieser Studiengang orientiert sich an den Bedürfnissen der Marketing-, Medien- und Kommunikationsbranche und bildet speziell Fach- und Führungskräfte aus, welche zuvor marketing- und kommunikationsbezogenes Grundlagenwissen z.B. durch die FHM-Studiengänge B.A. Marketingmanagement, B.A. Medienwirtschaft, B.A. Eventmanagement & Entertainment, B.A. Kommunikationsdesign & Werbung oder eines vergleichbaren fachlich einschlägigen Studiengangs mit Marketing- oder Medienbezug erworben haben.

Inhaltliche Schwerpunkte des Studiengangs liegen in den Bereichen „Online-Marketing“, „Social Media Management“ sowie „Grundlagen und Methoden der Kreativkommunikation“. Interessante Karrierepositionen bieten sich nach erfolgreichem Abschluss in Marketingabteilungen mittelständischer und großer Unternehmen, in Online-Redaktionen von klassischen Zeitungs- und Zeitschriftenverlagen sowie speziell bei Internetportalen und Agenturen.



MASTER MITTELSTANDSMANAGEMENT: JETZT DIREKT NACH DEM BACHELOR EINSTEIGEN

Im Fachbereich Wirtschaft wurde der bereits existierende Teilzeit-Master-Studiengang „Mittelstandsmanagement“ unter der wissenschaftlichen Leitung von Prof. Dr. Wolfgang Krüger grundlegend überarbeitet und an die neuen Anforderungen angepasst. Zu diesen Veränderungen gehört insbesondere, dass der berufsbegleitende Studiengang von einem weiterbildenden Master in einen konsekutiven Master überführt wurde, so dass dieser direkt im Anschluss an ein wirtschaftswissenschaftlich orientiertes Bachelor-Studium ohne Voraussetzung von Berufserfahrung absolviert werden kann.

Inhaltlich befasst sich der Studiengang neben der Vertiefung von Kenntnissen des Mittelstandsmanagements insbesondere mit den neu entwickelten Schwerpunkten „Vertrieb“ und „Personal“. Der Master-Studiengang „Mittelstandsmanagement“ Führungskräfte für die mittelständische Wirtschaft aus.



Für alle, deren Bildungsdurst auch nach dem Master nicht gelöscht ist, bietet die FHM in enger Kooperation mit der britischen University of Gloucestershire ab Sommer 2012 den Doctor of Media & Communications (DMC) an. Weitere Informationen unter: www.fh-mittelstand.de/dmc

MEDIA.TALK 2011 – EIN RÜCKBLICK

NEWS MEETS ENTERTAINMENT – UNTERHALTUNGSKULTUR IM WANDEL



Auch dieses Mal waren sich wieder alle Beteiligten einig: Der MEDIA.TALK 2011 hat alle Erwartungen erfüllt. Monatelanges Planen, Organisieren, Texten, Layouten, Programmieren und Telefonieren haben sich gelohnt, wir konnten einen erfolgreichen MEDIA.TALK realisieren, der seinen Vorgängern in nichts nachsteht.

Von Laura Grohmann (MJ 18)

Die hochkarätigen Podiumsgäste Ulrich Deppendorf, Leiter des ARD-Hauptstadtstudios, Dieter Kronzucker, TV-Journalist und Moderator bei N24, Christoph Lang, Redaktionsleiter vom



Dieter Kronzucker: TV-Journalist und Moderator bei N24

RTL-Nachtjournal, Simon Gosejohann, Comedian und Moderator sowie Katja Marx, Chefredakteurin des hr-Hörfunks, lieferten interessanten Gesprächsstoff zum Thema „News meets Entertainment – Unterhaltungskultur im Wandel“.



Ulrich Deppendorf: Leiter des ARD-Hauptstadtstudios

Der bereits achte MEDIA.TALK11 fand am 10. November statt, als Location diente wieder der Bielefelder Ringlokschuppen. Auf der Bühne, lichttechnisch den Farben des MEDIA.TALKs, Grün, Blau und Weiß, angespasst, bot sich den 600 Zuschauern eine spannende Podiumsdiskussion, die von unserem Professor und Leiter der FHM Köln Prof. Dr. Jens Große moderiert wurde.

Die Aufgabe des Fernsehens ist es, die Bevölkerung zu informieren, zu bilden, zu beraten und zu unterhalten. Viele TV-Sender haben jedoch ihren Schwerpunkt in den letzten Jahren immer mehr in Richtung Unterhaltung verschoben. So wurde beim MEDIA.TALK11 unter anderem auch darüber diskutiert, ob Nachrichten Entertainment brauchen. Alle Beteiligten waren sich einig, dass Nachrichten bis zu einem gewissen Maß auch unterhaltende Elemente beinhalten dürfen.



Christoph Lang: Redaktionsleiter des RTL-Nachtjournal

Auch die meisten Zuschauer stimmten Christoph Lang in seiner Äußerung zu: „Ich wüsste nicht, warum Nachrichten

nicht versuchen sollten, die nötige Information so unterhaltsam zu präsentieren, wie es möglich und angemessen ist.“



Katja Marx: *Chefredakteurin des hr-Hörfunk*

Allgemein waren sich die Podiumsgäste in ihren Meinungen recht einig, so dass keine hitzigen Debatten entstanden, sondern vielmehr miteinander in

einer Gesprächsrunde aktuelle Themen aus der Medienlandschaft aufgegriffen wurden. Der Spannung hat dies aber keinesfalls geschadet, sondern dem Auditorium vielmehr die Wertschätzung der Nachrichten aus Sicht von Akteuren des öffentlich-rechtlichen sowie privaten Fernsehens und Radios, nähergebracht.



Simon Gosejohann: *Comedian und Moderator*

Auch die Podiumsgäste waren vom MEDIA.TALK11 mit Blick auf die Organisation und den Veranstaltungsort begeistert. Dieses Lob weiß das Orga-Team sehr zu schätzen und macht uns stolz, dieses Event organisiert zu haben. Die Konzeption des MEDIA.TALKs hat uns nicht nur ermöglicht, die Theorie aus dem Studium praktisch umzusetzen, wir konnten auch vieles dazulernen und das Erlernte auf diese Weise ergänzen. Die ganze Arbeit wurde mit dem nahezu perfekten Ablauf des Events und einer großen Portion Anerkennung belohnt – als Dankeschön konnten wir unser gelungenes Unterfangen auch zusammen mit unserer Projektleiterin Tanja Hoffmann im Bernstein feiern.

SÜSSER DIE GLOCKEN NIE KLINGEN

Die Weihnachtsfeier des Campus Bielefeld war auch in diesem Jahr ein voller Erfolg: Rund 600 Gäste feierten im Far-Out ausgelassen bis in die frühen Morgenstunden.

Jedes Jahr im Dezember ist es wieder soweit: Die Weihnachtsfeiern greifen um sich. Doch die Weihnachtsfeier des Campus Bielefeld gehört für alle Studenten und Dozenten wie Lebkuchen, Glühwein und Lieder wie „Süßer die Glocken nie klingen“ dazu. „Wer viel arbeitet, der darf auch feiern... Lassen Sie uns das Jahr mit einer gewohnt großartigen Feier beenden“, mit diesen Worten eröffnete Prodekan Prof. Dr. Patrick Lentz den Abend. Er ließ viele Ereignisse des Jahres Revue passieren. Angefangen von den Klausurphasen, dem berühmten Sommerfest bis hin zu dem Media.Talk. „2011 war ein rundum erfolgreiches Jahr für die FHM, die Studenten und Dozenten“, sagte Lentz.

Vom leckeren Buffet über tolle, abwechslungsreiche Musik bis hin zu tanzenden Studenten: Die Stimmung der Feier war mehr als gut. Der FHM Alumni-Verein verteilte auch in diesem Jahr wieder die alt bekannten blauen Wichtelmützen und so waren nicht nur die Alumni mit diesen Mützen zu sehen, auch einige Professoren trugen diese. „Insgesamt war die Weihnachtsfeier 2011 ein stimmungsvoller Ausklang des Studienjahres, in der sich die besondere Feierkultur der FHM-Familie wieder einmal offenbart hat“, resümierte die Leiterin des Hochschulmarketings an der FHM, Gerlis Viola Meinert.



Wer viel arbeitet, darf auch feiern: *Studenten und Dozenten ließen gemeinsam ein erfolgreiches Jahr 2011 ausklingen.*

BERLIN, BERLIN: WIR WAREN IN BERLIN

Berlin was calling: Ende April 2012 ging es für MJ18 in die Bundeshauptstadt. Für den dreitägigen Trip hatte Prof. Dr. Silke Kettig ein spannendes und äußerst abwechslungsreiches Programm auf die Beine gestellt.

Von Alexander Dröbler (MJ18)

Die dreitägige Studienfahrt nach Berlin war für die 17 Studierenden aus dem Studiengang Medienkommunikation & Journalismus (MJ18) ein kleiner Höhepunkt des Studiums an der FHM.

den. Nach dem Mittagessen in der warmen Frühlingssonne ging es nur noch um eines: Geschwindigkeit. Diese ist bei der dpa neben journalistischer Qualität am Wichtigsten. Gerd Roth, Leiter Coaching und Weiterbildung, erklärte dem neugierigen Journalisten-



Volles Programm: Die Studiengruppe MJ18 hatte in Berlin wirklich keine Zeit für Langeweile.

Nach einem gemütlichen Mittagessen am Wernsdorfer See in der Akademie Schmöckwitz führte die erste Station direkt an den Hackeschen Markt zu „Scholz & Friends“. Personalerin Anna Fishman erklärte, wie das Orchester einer der kreativsten Full-Service-Agenturen in Deutschland funktioniert und stellte einige Kampagnen der kreativen Schmiede mit Videos vor.

Der zweite Tag begann mit der Besichtigung des ZDF-Hauptstadtstudios. „Wie komme ich an eine Hospitanz im Hauptstadtstudio?“ war eine der Fragen, die in lockerer Diskussion mit Peter Hill, dem Leiter der Pressestelle, geklärt wur-

nachwuchs den 150 Meter langen Newsroom der neuen Agenturzentrale. Schnell ging es danach weiter in den Deutschen Bundestag, um Demokratie live bei einer Plenarsitzung zu erleben. Eine Besichtigung der Reichstagskuppel gehörte natürlich zum Programm, das Prof. Dr. Silke Kettig für die Studierenden organisiert hatte.

Die Studienfahrt endete mit dem Besuch und einer Führung durch das Jüdische Museum. Hier beschäftigte die Studierenden insbesondere die Außenkommunikation des Museums. Mit guter Laune und bei herrlichem Wetter ging es dann wieder zurück nach Bielefeld. Eine gelungene Reise, wie alle fanden.



SCHWARZGELBES MARKETING

Im Rahmen des EXPERT.CIRCLE war Dennis C. Thom am 31. November 2011 zu Gast an der Fachhochschule des Mittelstands und berichtete vor rund 100 Studierenden von seiner Arbeit im Marketing von Borussia Dortmund.

„Echte Liebe. Dieser Slogan steht für sich“, so beginnt Dennis C. Thom seine Ausführungen über seine Arbeit bei Borussia Dortmund. „Der BVB ist mehr als eine Marke, mehr als nur ein Fußballverein – für viele Menschen in ganz Deutschland ist der BVB eine Art Heimat – und so sollte es auch der Slogan ausdrücken“, erzählt Thom.

Marketing für einen solchen Club wie Borussia Dortmund zu machen, bietet unglaublich viele Facetten: Von der Gestaltung der gesamten Fanartikel, über die Vermarktung des Stadionmagazins, bis hin zu dem Management verschiedener Fangemeinden. Natürlich bedeutet es auch, bei jedem Heimspiel an den Wochenenden anwesend zu sein.

In einer Fußballnation wie Deutschland nimmt ein solcher Sport einen ganz besonderen Stellenwert ein. Auch dies sind Überlegungen, die ein Marketingmanager berücksichtigen sollte. „Wir stehen als Verein extrem im Fokus der Öffentlichkeit – dessen sind wir uns bewusst und versuchen dementsprechend zu agieren.“

Für viele Absolventen der FHM scheint es ein Traum zu sein, einen Job im Marketing eines Sportvereins zu erhalten. „Noch nie waren so viele Teilnehmer bei einer Veranstaltung des EXPERT.CIRCLE dabei – aus diesem Grund freuen wir uns umso mehr, dass wir Dennis C. Thom für diese Veranstaltung gewinnen konnten“, erzählt Tanja Hoffmann, Leiterin des Career Service Centers und Initiatorin des EXPERT.CIRCLE. Der EXPERT.CIRCLE ist eine Ringvorlesung der FHM, bei der Experten aus verschiedenen Bereichen des Berufslebens berichten.



Echte Liebe: Dennis C. Thom, Prof. Dr. Patrick Lentz, Maskottchen Emma und Tanja Hoffmann (v.l.n.r.).

AND THE BEAT GOES ON AND ON

PARTY-REIHE IM FAR OUT GEHT ERFOLGREICH WEITER

Longdrinks und Cocktails an der Bar, Tanzen bis weit nach Mitternacht und andere Mitstudenten kennenlernen. So sah auch dieses Mal ein gelungener Partyabend der FHM aus. Die Veranstaltung, die auch Mitarbeiter und Dozenten anlockt, ist ab sofort ein fester Bestand im Kalender. Zu jedem Trimesterstart werden für FHM-ler die Partytore des Far Out geöffnet.



Trimesterstart-Party: Longdrinks und Cocktails an der Bar, Tanzen bis in die frühen Morgenstunden.

MJ-LER ÜBERARBEITEN DR. OETKER-PUBLIKATION

Im Frühjahrssemester durften die Kölner Studenten der Studiengruppe Medienkommunikation und Journalismus (MJ17) ein komplett überarbeitetes Re-Design der Mitarbeiterzeitschrift der Dr. Oetker Lebensmittel KG in Bielefeld präsentieren. Im Zuge des, von Frau Prof. Dr. Silke Kettig geleiteten Moduls „Corporate Publishing“, analysierten die Studierenden die traditionsreiche Publikation „Dr. Oetker Nachrichten“ und durften Verbesserungsvorschläge und Kritikpunkte äußern.

Die Untersuchung konzentrierte sich auf die Qualität der journalistischen Inhalte, sowie die gesamte Gestaltung des Layouts, bis hin zum Erscheinungsformat der Publikation. Die Ergebnisse wurden am Ende des Projekts in Form eines „Pitch“ der Leitung der Presse und Öffentlichkeitsarbeit in Bielefeld präsentiert. Der PR-Manager und Zuständige für die internationale Kommunikation bei Oetker, Jürgen Nettelstroth, der die Studiengruppe zu Projektbeginn in Köln ausgiebig briefte, lobte das Engagement der Studierenden. „Wir haben uns sehr gefreut, dass so viele positive Aspekte heraus gekommen sind, aber auch Kritikpunkte sehr gut benannt und für uns greifbar dargestellt wurden.“



Im Auftrag des Traditionsunternehmens Dr. Oetker: MJ17 durfte das Design der „Dr. Oetker Nachrichten“ refreshen.

MEDIENKONVERGENZ PUR

SO ENTSTEHT DAS MAGAZIN „EM JOTT“

Die Kölner Studiengruppe MJ21 produziert derzeit die neue Ausgabe des Campus-Magazins „Em Jott“. Der gesamte Entstehungsprozess wird auf dem Blog „emjott21“ nicht nur begleitet, sondern auch dokumentiert. Regelmäßiges Reinschauen lohnt sich!

Zu finden ist das Blog unter emjott21.blogspot.de

Egal, ob Teamvorstellung, Redaktionskonferenz oder Layout: Auf dem Blog kann die Produktionskette der „Em Jott“ live verfolgt werden. Ziel ist es, die „analoge“ Printproduktion von nun an Ausgabe für Ausgabe digital zu flankieren – auch als Hilfestellung für die nachfolgenden Kölner Redaktionsteams. Ansprechpartnerin hierfür ist MJlerin Hannah Hilgers: emjott21@googlemail.com.



WAT JIBBET NEUES IN KÖLLE?

Das weiß nur einer:
Standortleiter Prof. Dr. Jens Große

Der Campus Köln hat sich in den letzten fünf Jahren zum zweiten großen Standbein der Fachhochschule des Mittelstands (FHM) entwickelt. Auch in den letzten Monaten sind wir weiter gewachsen und haben Verstärkung bekommen. Drei neue Kolleginnen unterstützen uns nun in Verwaltung und Lehre: Sarah Zingler greift Julia Regali seit Herbst letzten Jahres im Studiensekretariat unter die Arme, mit Prof. Dr. Kerstin Liesem (Medienwirtschaft und Unternehmenskommunikation) und Dr. Kristina Wolff (Eventmanagement & Entertainment) wird der Fachbereich Medien an der FHM Köln weiter ausgebaut.

Unser Campus-Magazin „EM Jott“ wird in diesem Jahr zweimal erscheinen. Sowohl die Studiengruppen MJ 21 als auch MJ 23 werden eine Printausgabe erstellen und auch in die digitale Welt journalistisch eintauchen: In einem Blog wird regelmäßig über die redaktionellen Aktivitäten berichtet (<http://emjott21.blogspot.de/>). Der Themenvielfalt sind

bei der Magazinerstellung traditionell keine Grenzen gesetzt, wobei EM Jott jetzt auch eine lokalhistorische Note bekommt. Unter anderem wird sich die Redaktion mit dem Thema „Karneval unter dem Hakenkreuz“ beschäftigen.

Neben den jungen Journalisten, sind aber auch unsere Eventmanager fleißig wie eh und je: Die Studiengruppe EE 02 nimmt für den Campus Köln an einem bundesweit ausgeschriebenen Event-Wettbewerb teil. Die „EE02ler“ sind schon seit Wochen aktiv in der Vorbereitung und werden im Juni in Iserlohn an der finalen Runde teilnehmen.

Aber auch das persönliche Event-Programm der Studierenden kommt nicht zu kurz: Auf Einladung des Köln Kongresses wird es im Sommer eine „Event-Tour“ durch die Domstadt geben. Neben dem Gürzenich werden auch Messehallen besucht, um das breite Programm der Messe- und Eventstadt Köln vorzustellen. Köln Kongress wird die FHM-Studierenden exklusiv mit einem Bus-Schuttle durch die Stadt fahren und an mehreren Locations Station machen.

Die MJ-Studierenden haben ihr eigenes Programm – sie besuchen den altherwürdigen Kölner Stadtanzeiger: Mehrere MJ-ler haben erfolgreich einen journalistischen Einstieg beim Kölner Stadtanzeiger geschafft. Als freie Mitarbeiter arbeiten sie in verschiedenen Lokalredaktionen und gehören vor Ort zum festen Team. Diese Zusammenarbeit ist unter anderem ein Ergebnis eines Hintergrundgesprächs der Kölner Campus-Leitung mit der Chefredaktion des KSTA im Frühjahr 2012.

Und damit nicht genug: Auch der MEDIA.CIRCLE geht in seine Frühsommer-Runde: Verschiedene Themen stehen wieder auf der Agenda. Unter anderem wird einer der renommiertesten 3D-Regisseure (Fußball) vom WDR auf dem Campus Köln am Hohenzollernring zu Gast sein.



Prof. Dr. Jens Große: Standortleiter der FHM in Köln

„ICH WILL ALS FRAU EINE KARRIERE IM TECHNISCHEN BEREICH MACHEN“

CLAUDIA NADINE CASELLA HAT KEINE ANGST MEHR VOR BEWERBUNGSGESPRÄCHEN

Claudia Nadine Casella hat ihre Berufung gefunden: sie studiert Technologiemanagement. Wir trafen die Studentin im gläsernen Foyer der FHM-Pulheim. „Ich komme gerade von einem Bewerbungsgespräch“, verrät die 25-Jährige. Dass ihnen eine junge Frau beim Bewerbungsgespräch gegenübersteht, sollte keinen Chef, der bis jetzt noch männerdominierten Branche, ablenken. Engagiert und mit größter Begeisterung macht Casella Frauen Mut sich in die „Technik-Szene“ zu wagen.

CAMPUS.REPORT: *Wie führte dein Weg an die FHM Tec Rheinland in Pulheim?*

CLAUDIA NADINE CASELLA: „Das Fach Technik hatte ich in der Schule mit 16 Jahren. Seitdem konnte ich mich für das Thema begeistern. Nur mein Technik-Lehrer hat mir damals nicht viel Hoffnung gemacht und meinte, dies sei kein Berufsfeld für Frauen: weniger Gehalt als Männer und keine Akzeptanz. Später traf ich meine Lehrerin Frau Wortmann, sie erkannte meine Leidenschaft für Motoren, Technik und Energie und empfahl mir die FHM Pulheim. Ich bin froh, dass ich da so bestärkt wurde und mich jetzt hier so wohl fühle.“

CAMPUS.REPORT: *Welche Erfahrungen hast du bei Bewerbungen machen können?*

CLAUDIA NADINE CASELLA: „Es ist eine Herausforderung für mich als Frau. „Das sind alles Männer im Betrieb“, warnte mich ein Chef bei einem Bewerbungsgespräch für die halbjährige Praxisphase vor, scherzhaft, aber es scheint ein Thema zu sein. Auf der Arbeit sollten alle gleich sein – egal ob Mann oder Frau. Ich will als Frau eine Karriere im technischen Bereich machen. Ein Chef hat mich eingeladen, weil er neugierig auf den innovativen Studiengang und meine Person war. Er hat mir die Chance für einen Probemonat gegeben. Da war ich positiv überrascht.“

CAMPUS.REPORT: *Fühlst du dich manchmal diskriminiert?*

CLAUDIA NADINE CASELLA: „Nein, nicht in dem Sinne. Ich fühle mich stark als Frau, weil man Charakter haben muss. Ich habe andere Ansichtsweisen, die das Berufsfeld bereichern. Zum Beispiel suche ich nach Alternativen, wenn es um den Mo-

torenbau geht. Eine Frage, die ich mir immer stelle: Was ist, wenn ein Teil ausfällt? Sicherheit ist bei Männern eher zweitrangig, da zählt die Geschwindigkeit und Höchstleistung. Die Frau ist da die Spaßbremse in dem Bereich. Perfekt wäre es, wenn in einem Betrieb Ausgewogenheit der Sichtweisen herrscht.“

CAMPUS.REPORT: *Welche Tipps zur erfolgreichen Bewerbung kannst du weitergeben?*

CLAUDIA NADINE CASELLA: „Ich musste oft zeigen, dass ich mich auf die Praxisphase im Betrieb vorbereite. Wie sieht ein Zünder aus oder was sind die elementaren Teile, die den Motor zum Laufen bringen. Ich muss zeigen, dass ich mich fachspezifisch für das Unternehmen einsetze.“



Technikaffin: *Claudia Nadine Casella studiert Technologiemanagement an der FHM Pulheim*

CAMPUS.REPORT: *Sollten Frauen unterstützt werden in den Bereich zu gehen?*

CLAUDIA NADINE CASELLA: „Ich finde es gut, wenn durch Initiativen der Bundesregierung wie „MINT“ mehr Frauen in dem Bereich arbeiten, trotzdem sollten Frauen sich nicht allein darauf verlassen und sich selber stark machen. Ich habe viel telefoniert und für mich geworben. Denn die Leistung zählt auch hier, ich will keinen Platz nur weil ein Chef gezwungen wird eine „Quotenfrau“ einzustellen. Die Initiativen helfen insoweit, als dass die eigene Kraft und die Motivation nicht auf Grund von Vorurteilen verpuffen. Wir müssen zeigen können, dass wir gut sind.“

KOOPERATION MIT STADTWERKEN

Der Atomausstieg Deutschlands ist eine große Herausforderung für die Zukunft der Energieversorgung. Lösungen für diese Herausforderung müssen nicht nur Wirtschaft und Politik liefern, sondern auch die Wissenschaft. FHM-Student Renato Canga studiert in Pulheim Technologiemanagement und absolviert den praktischen Teil seines dualen Studiums bei den Stadtwerken Pulheim, wo er sich intensiv mit Themen der Energietechnik und Energiepolitik auseinandersetzt.

Die Stadtwerke und die FHM werden in Zukunft eng zusammenarbeiten, um die Energiewende aus wissenschaftlicher und berufspraktischer Perspektive zu begleiten. „Wir freuen uns mit den Pulheimer Stadtwerken einen kompetenten Partner für unsere Studenten gefunden zu haben“, erläutert Standortleiter Prof. Dr. Wortmann. „Der Praxisbezug ist ein wichtiger Teil des Studiums und die Durchführung von Projekten, die sich mit aktuellen Themen der Energieversorgung, Energie-

effizienz aber auch Elektromobilität beschäftigen, Bestandteil und Ergänzung unseres Studienprogramms.“

Jan Kohlmeyer, Geschäftsführer der Stadtwerke kann das nur bestärken: „Der Campus Pulheim passt hervorragend zu unseren Stadtwerken. Die Fachhochschule ist lokal aktiv, agiert auf Augenhöhe und hat starke Gesellschafter hinter sich, die sie nachhaltig zum Erfolg führen. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit.“

B.A. VERANSTALTUNGSTECHNIK & -MANAGEMENT

BERUFSBEGLEITENDER STUDIENGANG FÜR FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE DER VERANSTALTUNGSTECHNIK

Der neue, innovative Studiengang richtet sich in besonderem Maße an Veranstaltungsmeister, die Ihre eigene Qualifikation erweitern wollen und wird in enger Kooperation mit der Handwerkskammer zu Köln angeboten. Ziel ist es, die Absolventen auf Führungs- und Managementaufgaben im Bereich der Veranstaltungsbranche vorzubereiten.

Der Bachelor-Studiengang Veranstaltungstechnik & -management richtet sich zum einen an Studieninteressenten mit (Fach-)Hochschulreife, die sich für das komplexe und professionelle Technikmanagement im Veranstaltungssektor interessieren. Das neue Studienkonzept geht aber auch auf die bereits erworbenen Kenntnisse ein. Sollten die Studierenden also bereits über den Titel eines Veranstaltungsmeisters verfügen, wird dies entsprechend anerkannt und die Studiendauer verkürzt sich um ein Jahr.

Der Studiengang Veranstaltungstechnik und -management soll erstmalig im Oktober 2012 starten. Weitere Informationen gibt es unter www.fhm-tec.de, telefonisch unter 0 22 38. 47 54 01 oder bei einer Infoveranstaltung in der Handwerkskammer zu Köln, Köhlstr. 8, 50827 Köln und unter 02 21. 20 22 749.



WEIHNACHTSMANN UND ENGELCHEN

FHM-STUDIERENDE SCHENKEN KINDERN EINEN MOMENT DER FREUDE

Adventszeit und im Krankenhaus? Für jedes Kind eine traurige Vorstellung. Einige Gesichter strahlten jedoch kurz vor dem vierten Adventssonntag im Kinderkrankenhaus auf der Bult. Eine Studierendengruppe der FHM Hannover organisierte für die 20 Kinder eine Adventsüberraschung mit Weihnachtsmann und Engelchen. „Die Kinder sind im Regelfall sehr traurig, wenn sie an den besinnlichen Feiertagen im Krankenhaus sein müssen. Die Weihnachtsfeier ist für sie eine willkommene Ablenkung vom Alltag. Insofern sind wir der FHM für diesen Nachmittag sehr dankbar“, so die betreuende Pädagogin Simone Müller.

Doch nicht nur die Betreuer zeigten sich begeistert vom Engagement der FHM-Studierenden: „Das ist die tollste Weihnachtsveranstaltung bislang“, sagte der junge Moritz und beobachtete den Studierenden Simon Schulze, der in einer gekonnten Parodie einen humoresken Schneemann darstellte. Die Studierendengruppe schenkte den Kindern nicht nur einen schönen Moment, sondern auch viele kleine Gaben wie Spielsachen – und eine Barspende über 500 Euro.

„Manche Kinder müssen sogar am Heiligen Abend in der Klinik bleiben. Da tut jede emotionale Unterstützung gut“, betonte Simone Müller und dankte der neuen Hochschule in Hannover für ihr Engagement. Moritz unterstrich die Worte seiner Päd-

agogin: „Das war jetzt einmal eine richtig gute Abwechslung zum sonstigen Klinikalltag.“ Für ihn ist klar: „Die sonst eher einseitige Mittagspause ist mit einem tollen Weihnachtsprogramm gefüllt worden. Die Spiele und das Theaterstück haben mir richtig gut gefallen.“



Dem Trübsinn ein Ende: Studierende der FHM in weihnachtlichen Kostümen und vielen kleinen Präsenten unter dem Arm.

CAMPUS.KOMPAKT

// AUF DEM RICHTIGEN WEG: Die Studierenden am neuen Campus in Hannover haben ihre ersten Kontakte zur Praxis aufgenommen. Ein Besuch bei Norddeutschlands größter Verlagsgruppe, der Madsack-Holding stärkte bei den MJ-Studierenden den Glauben, auf dem richtigen Weg zu sein: Vertreter des Verlages, der u.a. die Hannoversche Allgemeine Zeitung und die Hannoversche Presse herausgibt und für zahlreiche regionale Blätter den „Mantel“ liefert, sprachen an die Studierenden die Einladung aus, als freie Redakteure erste Erfahrungen im Journalismus zu sammeln.

// EVENTPRAXIS: Einer Einladung von der TVN-Group, einer Filmproduktionsgesellschaft mit 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, kamen die Eventstudenten nach. Die TVN-Group sucht Partner im Eventgeschäft – vielleicht ja eine Chance für unsere Studierenden, schließlich sind Messen Mega-Events. Darüber informierte eine Mitarbeiterin der Deutschen Messe AG in Hannover und zeigte die unterschiedlichen Felder des Marketing- und Eventmanagements auf.

DAUERBRENNER DBA

PROMOTIONS-STUDIENGANG NUN AUCH AM CAMPUS HANNOVER

Nachdem im November 2011 bereits die vierte Studiengruppe immatrikuliert wurde, bietet die FHM den Promotionsstudiengang Doctor of Business Administration (DBA) in enger Kooperation mit der University of Gloucestershire nun auch in Hannover an. Der DBA, ein berufsbegleitendes 36-monatiges Doktorandenprogramm mit direktem Bezug zur Unternehmenspraxis, ist speziell für Führungskräfte konzipiert, die durch praxisbezogene Forschungsarbeit die Kenntnisse und Fähigkeiten insbesondere im Bereich Management, Führung und Business Administration perfektionieren möchten.

„Zugelassen werden können dabei neben Diplom-, Master- oder MBA-Absolventen aus der universitären Ausbildung auch solche von Fachhochschulen“ unterstreicht Prof. Dr. Anne Dreier, Rektorin der FHM. „Das berufsbegleitende Doktorandenprogramm verbindet akademische und berufliche Karriere auf höchstem Niveau und bietet die Möglichkeit eines strukturierten Promovierens mit deutlicher Praxisorientierung“, erläutert Prof. Dr. Wolfgang Krüger, Leiter der FHM Hannover.

Der Titel Doctor of Business Administration (DBA) wird nach erfolgreich abgeschlossener Promotion von der University of Gloucestershire verliehen. Dies ist ein regulärer, international anerkannter akademischer Grad, der dem deutschen Doktorgrad gleichgestellt und ohne weitere Zusätze als „Dr.“ vor dem Namen zu führen ist.

Weitere Informationen sind unter www.fh-mittelstand.de/promotion abrufbar oder telefonisch unter 0 52 31. 98 23 23 erhältlich. Auskunft erteilt darüber hinaus auch der wissenschaftliche Studienleiter Prof. Dr. Volker Wittberg.



WEITERBILDUNG STATT WOCHENENDE

Für ein Dutzend Arbeitnehmer aus der Logistikbranche begann am 4. Mai das zwölfmonatige berufsbegleitende Zertifikatsstudium zum/zur Logistik-Betriebswirt/in (FHM) am Institut für Wissenschaftliche Weiterbildung (IWW) der FHM Hannover. Das zwölfmonatige Teilzeit-Programm setzt auf eine kompakte, praxisnahe, an den Bedürfnissen des Arbeitsmarktes ausgerichtete Weiterbildung

von Arbeitnehmern aus der Logistikbranche sowie logistiknahen Dienstleistern.

Das weiterbildende Studium zum/zur Logistik-Betriebswirt/in (FHM) stellt eine sinnvolle Alternative zum grundständigen Bachelor-Studium dar, da es aufgrund des Blended-Learning Konzepts der FHM in nur 12 Monaten berufsbegleitend absolviert werden kann.



INTERNATIONALE KOOPERATION IM BEREICH ENERGIEMANAGEMENT

FHM BEGRÜSST 20 DOZENTINNEN UND DOZENTEN AUS TURKMENISTAN UND KASACHSTAN

Die FHM Bielefeld hat in der zweiten Januarhälfte 2012 im Rahmen des TEMPUS-Projekts „Lemel“ Besuch aus Zentralasien bekommen. Neun Dozentinnen und Dozenten aus Turkmenistan sowie elf Hochschullehrer aus Kasachstan wurden inhaltlich wie auch didaktisch auf das Curriculum des Bachelor-Studiengangs Energiemanagement vorbereitet. Dabei sind sie insbesondere im Bereich Wirtschaft und Management geschult worden, um an ihren Heimathochschulen, dem Polytechnischen Institut in Ashgabat (Turkmenistan), dem Institut für Energie und Industrie in Mary (Turkmenistan), der Agrotechnischen Universität Astana (Kasachstan) sowie der Ingenieurökonomischen Universität in Kostanai (Kasachstan) einen Bachelor-Studiengang Energiemanagement zu etablieren, der von der FHM entwickelt wurde und unter anderem auf der Methodik des E-Learnings basiert.

Unter der Koordination der FHM und in Kooperation mit den anderen europäischen Projektpartnern aus Graz (Österreich) und Kaunas (Litauen) wurde ein Lehrplan entwickelt, der spe-

ziell auf die Rahmenbedingungen in Turkmenistan und Kasachstan zugeschnitten ist. „Das von der Europäischen Union geförderte Projekt soll dabei eine strategische Verknüpfung zwischen den teilhabenden Staaten in Zentralasien und ihren europäischen Partnern herstellen und in dem Sinne den Bildungs- und Kulturaustausch fördern. Dabei sind die übergeordneten Ziele des Projekts, mit dem Bachelor-Studiengang Energiemanagement Fachkräfte für den Energiesektor auszubilden, die erlernen sollen, wie der effiziente Umgang mit Energie besonders auch in den energiereichen Staaten Zentralasiens gesteigert werden kann. Auf diese Weise sollen ökonomische und ökologische Ziele in Einklang gebracht werden“, so Prof. Dr. Christoph Brake, wissenschaftlicher Projektleiter an der FHM. Projektkoordinator Reinert Meyer-Stolte von der FHM ergänzt: „Jeder Partner bringt seine speziellen Kompetenzen in das Projekt mit ein, mit dem die EU die regionale Entwicklung in Zentralasien unterstützt.“

Das Projekt wird aus dem TEMPUS-Programm der EU gefördert und untersucht internationale Bildungsk Kooperationen im Bereich Energiemanagement – insbesondere, weil mittelständische Unternehmen im Energiesektor sehr stark auf internationalen Märkten agieren. Im Mittelpunkt steht dabei ein Hochschulprogramm, das vor allem auf E-Learning setzt. Aber auch Präsenzveranstaltungen sind Teil des Bachelor-Studiengangs, womit ein Blended-Learning-Konzept entsteht: Die Kombination von Offline- und Online-Lehrveranstaltungen.

Neben den Hochschulen ist der Kreis Lippe als so genannter Sozialpartner ebenfalls Teil der Kooperation und bringt seine Erfahrungen zur Gestaltung kommunaler Energiepolitik mit ein. „Wir hoffen, mit diesem Projekt zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen zu können“, resümiert der Wirtschaftsförderer des Kreises Lippe, Thomas Wolf-Hegerbekermeier. „Wir unterstützen die EU bei der strategischen Entwicklung und Durchführung des TEMPUS-Programms und nutzen das Projekt gleichzeitig, um konkrete Unternehmenskontakte aus der Energiebranche in Lippe und in Zentralasien zu vermitteln.“

Der nächste große Schritt des „Lemel“-Projekts ist die Erprobung des neu entwickelten Studiengangs Energiemanagement. Bis 2013 soll dieser dann an vier Hochschulen in Turkmenistan und Kasachstan eingeführt sein.



„Train the Trainer“: Die turkmenischen und kasachischen Dozentinnen und Dozenten wurden an der FHM Bielefeld zwei Wochen lang auf ihre Lehrtätigkeit im Rahmen des Bachelor-Studiengangs Energiemanagement vorbereitet.

ABSCHLUSSVERANSTALTUNG DES A³-OWL-MODELLPROJEKTS



Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Assistenz-OWL: Die Beteiligten freuen sich über den erfolgreichen Abschluss des Modellprojekts

Zahlreiche Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und anderen Bereichen der Gesundheitsförderung kamen Mitte November 2011 in die FHM Bielefeld, um über die Ergebnisse des Modellprojekt a³-OWL (Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Assistenz-OWL) zu diskutieren. In dem Modellprojekt, das vom Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen (MAIS) und dem Europäischen Sozialfonds gefördert worden war, wurden Beratungs- und Begleitstrukturen zur Bewältigung von beruflichen und privaten Problemen für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in mittelständischen Betrieben entwickelt und eine nachhaltige Beratungsstruktur in Ostwestfalen-Lippe etabliert.

Unternehmen beklagen zunehmend den Mangel an Fachkräften, gleichzeitig steigen die Zahlen von Burn-Out und anderen berufsbedingten, psychischen Krankheiten. Was Unternehmen für die Gesundheit und anhaltende Motivation ihrer Beschäftigten tun können, stand im Mittelpunkt der Abschlussveranstaltung des Modellprojekts „Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Assistenz-OWL (a³-OWL)“ der FHM.

Um dem breiten Spektrum der Anfragen gerecht zu werden und jedem Einzelnen

die bestmögliche Unterstützung gegeben zu können, arbeitete a³-OWL mit spezialisierten Beratungsdienstleistern in OWL zusammen. „Wir haben mit a³-OWL ein hervorragendes Angebot geschaffen, das insbesondere mittelständischen Unternehmen dabei hilft, die physische und psychische Gesundheit der Beschäftigten zu fördern und damit ihre Arbeitsfähigkeit auch langfristig zu erhalten“, so Prof. Dr. Lisa Hano von der FHM.

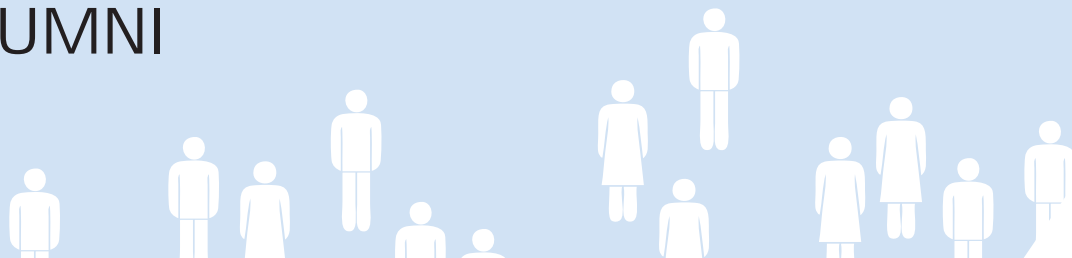


Viele Unternehmen aus der Region entschieden sich aus diesem Grund für a³-OWL, zum Beispiel das Oerlinghauser Unternehmen Hanning & Kahl. „Motivierte und gesunde Fach- und Führungskräfte sind eine Grundvoraussetzung für den Unternehmenserfolg von HANNING & KAHL“ sagt Hanning & Kahl Geschäftsführer Andreas Reschke, der auf der Abschlussveranstaltung von seinen Erfahrungen mit a³-OWL berichtete, „daher ist das Engagement im Bericht der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Assistenz ein wichtiges Element

für ein ganzheitliches Gesundheitsmanagement.“ Mit seiner expliziten Ausrichtung auf kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) verfolgt a³-OWL auch das Ziel, die Konkurrenzfähigkeit von KMUs in Ostwestfalen-Lippe zu festigen und auszubauen.



„Wir freuen uns Projektförderer sehr, dass das Modellprojekt a³-OWL so gut angenommen wurde“, resümiert Michael Deilmann, Referent beim Ministerium für Arbeit, Integration und Soziales des Landes Nordrhein-Westfalen.“ Das zeigt: Mit ein wenig Kreativität ist es auch für kleinere und mittlere Betriebe möglich, ihren Beschäftigten professionelle Beratungsangebote zu machen. Das zahlt sich letztlich für alle Beteiligten aus: Denn wenn persönliche oder berufliche Krisen schneller gemeistert werden und wenn zu Hause und im Betrieb mehr für die Gesundheit getan wird, dann sind das entscheidende Maßnahmen für gute Arbeit und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“



NEUER VORSTAND

Seit Januar 2012 bilden **Tanja Hoffmann (1. Vorsitzende), Sebastian Fischer (Stellvertretender Vorsitzender), Pia Sabrina Stelbrink, Melanie Schulte und Karsten Glied** den Vorstand des FHM Alumni-Vereins. Für die Ehemaligen der Hochschule organisiert das Team ein aktives Vereinsleben und einen regen Austausch weit über das Studium hinaus.

Um allen Interessierten eine langfristige Planung zu ermöglichen, wurde bereits zu Anfang des Jahres der Eventkalender für das gesamte Jahr 2012 aufgestellt (siehe unten). Darunter finden sich regelmäßige „Alumni-Stammtische“ in verschiedenen Städten, Sport-Events und natürlich auch die ein oder andere Party. Dabei steht der informelle Austausch untereinander aber auch der Austausch mit aktuell Studierenden der FHM im Mittelpunkt! Zudem erscheint im ersten Halbjahr 2012 die vierte Ausgabe des Magazins „Alumni Aktuell“,

welches neben Porträts einzelner Alumni über zahlreiche interessante Infos für und von FHM-Absolventen enthält.

Alle Angebote finanzieren sich übrigens aus den Mitgliedsbeiträgen. Die Teilnah-

me ist somit für alle Vereinsmitglieder kostenlos. Fragen zum Thema Alumni e.V. beantwortet Frau Tanja Hoffmann (FHM Bielefeld) gerne telefonisch unter 05 21. 9 66 55-226 oder per E-Mail an hoffmann@fh-mittelstand.de.



Neuer Vorstand: Karsten Glied, Pia Sabrina Stelbrink, Tanja Hoffmann (1. Vorsitzende), Melanie Schulte und Sebastian Fischer (Stellvertretender Vorsitzender).

TERMINE.2012

14. Juni	Exkursion in die Dr. Oetker-Welt
12. Juli	Alumni-Theke auf dem FHM-Sommerfest
23. Juli	Bachelor-Party im Hof der FHM
04. August	Alumni-Event: Kanu-Tour
05. September	Stammtisch 3/2012 in Bielefeld
09. September	Das Alumni-Team startet beim Bielefelder Run-and-Roll-Day
28.+29. September	Absolventenbälle in Köln und Bielefeld
Oktober	Existenzgründertag in der FHM „Alumni-Unternehmer stellen sich vor“
07. November	Stammtisch 4/2012 in Bielefeld/evtl. Brauereibesichtigung
Dezember	Weihnachtsmarkt Köln (mit Besuch der FHM Köln) Weihnachtsmarkt Hannover (mit Besuch der FHM Hannover)



ALUMNI CONNECTED

KURZPORTRÄTS AUS DEM NETZWERK

Cornelia Sievers
Dipl.-Betriebswirtin (FH)

Abschlussjahr: 2004
Product Marketing Veneering
Heraeus Kulzer GmbH
Hanau, Deutschland



Thomas Lüdeke
Dipl.-Medienwirt (FH)

Abschlussjahr: 2005
Geschäftsführer
PR Career Center
Düsseldorf, Deutschland



Marek Lehmann
Dipl.-Betriebswirt (FH)

Abschlussjahr: 2004
Geschäftsführer
u+i interact GmbH & Co. KG
Bielefeld, Deutschland



Marcel Jandrey
Dipl.-Medienwirt (FH)

Abschlussjahr: 2007
Mediaberater
Stroer AG
Essen, Deutschland



Andreas Beck
Dipl.-Betriebswirt (FH)

Abschlussjahr: 2004
Geschäftsführer
Beck Elektroanlagen GmbH
Helmstadt, Deutschland



Judith Gördes
Dipl.-Medienwirtin (FH)

Abschlussjahr: 2004
Director Employer Branding
Medienfabrik Gütersloh
Gütersloh, Deutschland



**Staatlich anerkannte, private
Fachhochschule des Mittelstands (FHM)
University of Applied Sciences**

// **Bielefeld:** Ravensberger Straße 10 G, 33602 Bielefeld
Hotline 05 21. 9 66 55-21, bielefeld@fh-mittelstand.de

// **Köln:** Hohenzollernring 16-18, 50672 Köln
Hotline 02 21. 25 88 98-0, koeln@fh-mittelstand.de

// **Pulheim:** Rommerskirchener Straße 21, 50259 Pulheim
Hotline 0 22 38. 47 54-00, info@fhm-tec.de

// **Hannover:** Lister Straße 18, 30163 Hannover
Hotline 05 11. 3 74 96-80, hannover@fh-mittelstand.de

// **Rostock:** Lohmühlenweg 1, 18057 Rostock
rostock@fh-mittelstand.de