

## Pressemitteilung

Hochschule München

Christina Kaufmann

08.04.2015

<http://idw-online.de/de/news628788>

Studium und Lehre  
Informationstechnik, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Wirtschaft  
überregional



## Neue Kommunikationswege: Sind die Unternehmen fit für Digital Publishing?

### Umfrage der Hochschule München zeigt: Es herrscht akuter Bedarf an Experten

Im Wintersemester 2015 startet an der Hochschule München der berufsbegleitende Masterstudiengang „Management Digitales Publizieren“. Dabei ermöglicht es die Weiterbildungspartnerschaft mit der Akademie der Deutschen Medien den Studierenden, ihren Studienverlauf individuell zu planen, indem sie u. a. Zertifikatskurse anrechnen lassen. Bewerbungsfrist für das Masterstudium ist vom 2. Mai bis 15. Juni.

„Management Digitales Publizieren“ – ein Studiengang, der den Nerv der Zeit trifft und aktiv den Herausforderungen der Zukunft begegnet. Professorin Dr. Sabine Wölflick, die den neuen Studiengang mitverantwortet, unterstreicht die Vielfalt und die Komplexität, die Kommunikation in den Unternehmen vor völlig neue Herausforderungen stellt: „Und dies betrifft keineswegs nur Verlage, Corporate Publisher und Agenturen, die Geschäfte mit Inhalten machen, sondern jedes Unternehmen, das im Medienzeitalter intern wie extern Content produziert bzw. nutzt.“

Bestätigung erhält sie von den Ergebnissen einer gemeinsamen Umfrage, die Hochschule und Akademie bei Unternehmen und potenziellen Studierenden durchgeführt haben. Getrennt voneinander befragt, waren sich die 43 Unternehmer und 80 Studienteilnehmer grundsätzlich einig: Digitale Medien und moderne Kommunikationswege sind ein zentrales Thema, das einen erhöhten Bedarf an Know-how und Experten erfordert.

Weiterbildungsmaster ist für 95 Prozent der befragten Unternehmen ein Argument für Bewerber. Die Möglichkeiten des Digitalen Publizierens eröffnen Unternehmen große Chancen für neue direkte Kommunikationswege. Insbesondere in Markenkommunikation, Produktinformation, Geschäfts- und Finanzberichterstattung sowie Pressearbeit gehen Unternehmen zunehmend neue Wege. Dazu benötigen sie vermehrt Experten, wie die Auswertung der Umfrage im Detail ergibt:

Sind Digitale Medien bzw. Content-Marketing in Ihrem Unternehmen ein Thema?

- 83,7 % Ja, ein wichtiges Thema.
- 11,6 % Ja, aber nur in geringem Umfang.
- 2,3 % Nein, aber es sollte mehr Bedeutung erhalten.
- 2,3 % Nein, das Thema ist für uns nicht relevant.

Wie schätzen Sie das Know-how zum „Digitalen Publizieren“ in Ihrem Unternehmen ein?

- 20,9 % Wir sind auf der Höhe der Zeit.
- 51,2 % Es existiert Know-how, aber wir benötigen mehr ExpertInnen.
- 25,6 % Wir benötigen unbedingt mehr ExpertInnen.
- 2,3 % Wir haben keine ExpertInnen und benötigen auch keine.

Wenn Sie eine Stelle in entsprechenden Bereichen zu vergeben hätten: Wäre ein Master „Management Digitales Publizieren“ ein Vorteil für den Bewerber?

41,9 % Ja, ein entscheidender Vorteil.  
55,8 % Ja, neben weiteren Einflussfaktoren.  
2,3 % Nein.

Digitale Medien: 61,3 Prozent interessieren sich besonders für Unternehmensstrategie und E-Business  
Immer mehr Unternehmen erkennen die Möglichkeiten des Digitalen Publizierens und suchen dazu verstärkt Mitarbeiter mit entsprechendem Fachwissen. Im Gegenzug sehen 93,8 Prozent der Zielgruppe „potenziell Studierende“ entsprechendes Know-how als wichtig für ihre berufliche Entwicklung bzw. karrierefördernd an. Die Ergebnisse der Umfrage im Detail:

Wie wichtig ist entsprechendes Know-how in modernen Kommunikationswegen und -systemen für Ihren späteren Beruf?

62,5 % Ist ein zentrales Thema.  
31,3 % Wichtig.  
6,3 % Weniger wichtig.

Würde ein Master „Management Digitales Publizieren“ Ihre Karrierechancen fördern?

22,5 % In jedem Fall.  
70,0 % Könnte sein.  
7,5 % Nein.

Was interessiert Sie am Thema „Digitale Medien“ besonders (Mehrfachnennung möglich)?

61,3 % Unternehmensstrategie und E-Business  
55,0 % Vermarktungsstrategien für digitalen und hybriden Content  
48,8 % Content-Management und -Technologie  
35,0 % Strategische Entwicklung und Einsatz von Inhalten

Hochschule München und Akademie der Deutschen Medien veranstalten Abendgespräch am 15. April  
Welche Kompetenzen brauchen Führungskräfte in Verlags- und Medienunternehmen heute? Und wie kann es gelingen, bewährte Mitarbeiter für die Erschließung neuer Geschäftsmodelle zu motivieren und für die Entwicklung und Vermarktung zunehmend digitaler Portfolios fit zu machen?

Diese Fragen stehen auch im Mittelpunkt der Podiumsdiskussion, die im Rahmen der renommierten „Abendgespräche“ der Akademie der Deutschen Medien am Mittwoch, 15. April, von 19 bis 20.30 Uhr im Literaturhaus München (Salvatorplatz 1) stattfindet. Die öffentliche Veranstaltung richtet sich u. a. an Fach- und Führungskräfte aus Verlagen, Agenturen, aber auch Wirtschaftsunternehmen aus München und Umgebung, die an dem Thema Personalentwicklung und Weiterbildung von Mitarbeitern in Zeiten der Digitalisierung interessiert sind. Der Eintritt ist frei.

Pressekontakt  
Daniela Schuff, Dachauer Straße 100a, 80636 München, Telefon 089 1265-4290, E-Mail [mdp@hm.edu](mailto:mdp@hm.edu)

URL zur Pressemitteilung: [http://Mehr Informationen zum „Abendgespräch“](http://Mehr%20Informationen%20zum%20„Abendgespr%C3%A4ch“)

URL zur Pressemitteilung: [http://www.medien-akademie.de/abendgespraeche/fit\\_for\\_digital\\_publishing.php](http://www.medien-akademie.de/abendgespraeche/fit_for_digital_publishing.php)

URL zur Pressemitteilung: [http://Mehr Informationen zum Masterstudiengang. „Management Digitales Publizieren“](http://Mehr%20Informationen%20zum%20Masterstudiengang.%20„Management%20Digitales%20Publizieren“)

URL zur Pressemitteilung: <http://www.hm.edu/master-digitales-publizieren>



Professor Dr. Sabine Wöflick  
Hochschule München