

Press release**Hochschule für Musik und Theater München****Maren Rose**

03/23/2022

<http://idw-online.de/en/news790670>

Personnel announcements, Studies and teaching
Cultural sciences, Information technology, Media and communication sciences, Music / theatre
transregional, national

**Digitalisierung im Kulturbetrieb: Neuer Studiengang "Digitale Kommunikation" | Berufung Dr. Nicolas Ruth**

Die Hochschule für Musik und Theater München (HMTM) führt zum Wintersemester 2022/23 den neuen Masterstudiengang »Digitale Kommunikation in der Musik- und Entertainmentindustrie« ein. Dr. Nicolas Ruth übernimmt in diesem Zusammenhang zum 1. Mai 2022 die Professur für Digitale Kommunikation für den neu geschaffenen Studiengang am Institut für Kulturmanagement und Medien der HMTM. Mit der Neueinführung dieses Studiengangs trägt die HMTM der Nachfrage des Arbeitsmarkts nach neuartigen Qualifikationsprofilen im Zuge der gesamtgesellschaftlichen Digitalisierung weiter Rechnung. Dabei baut die HMTM ihre Ausbildungsangebote im digitalen Bereich insgesamt systematisch aus.

Nach der Etablierung des Forschungsbereichs »Künstliche Intelligenz im Kulturbetrieb« ab August 2020, der Eröffnung des Gründungs- und Innovationszentrums »Wavelab« im November 2020 und der Gründung des Studiengangs SoundArt zum Oktober 2021 ist die Einführung des Masterstudiengangs »Digitale Kommunikation« nun der nächste Baustein dieser Entwicklung.

Prof. Dr. Bernd Redmann, Präsident der HMTM: »Die Digitalisierung bietet zahlreiche Möglichkeiten für künstlerische Entwicklung und künstlerische Forschung, für neuartige pädagogische Ansätze und für zahlreiche neue Berufsbilder im gesamten Kulturbetrieb. Unsere Hochschule baut ihr Angebot daher bewusst in diesem Bereich aus und ergänzt so ihre bisherigen erfolgreichen Ausbildungsangebote.«

Im Mittelpunkt des neuen Masterstudiengangs »Digitale Kommunikation« steht die Schnittstelle, an der Musikvermittlung, digitale Plattformen, Medienproduktion, Kulturmarketing und digitale PR-Kommunikation aufeinander treffen. In einer praxisnahen und multiperspektivischen Ausbildung werden den Studierenden das nötige Fachwissen, verschiedene Management-Skills und nötige Entwicklungskompetenzen vermittelt. Daneben erweitert eine anwendungsorientierte Projektarbeit im Bereich Musikvermittlung, Kulturmarketing und Management in Medien und Musik den Studiengang. Der neue Studiengang richtet sich an Hochschulabsolvent*innen eines kommunikations-, medien- oder musikwissenschaftlichen Bachelor-Studiums. Auch Absolvent*innen musikbezogener künstlerisch-wissenschaftlicher Ausbildungsgänge können sich bewerben.

Dr. phil. Nicolas Ruth, Jahrgang 1986, studierte zunächst Musikwissenschaft an der Justus-Liebig-Universität Gießen sowie Populäre Musik und Medien (Musik-, Medien- und Wirtschaftswissenschaft) an der Universität der Informationsgesellschaft Paderborn. Von 2012 bis 2019 war er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut Mensch-Computer-Medien (Arbeitsbereich: Medien- und Wirtschaftskommunikation) der Julius-Maximilians-Universität Würzburg tätig. Dort promovierte er 2018 zum Thema Repräsentation und Wirkung prosozialer Musik. Im Mai 2019 erhielt er ein Feodor-Lynen-Stipendium der Alexander von Humboldt-Stiftung, das ihm von 2019 bis 2021 eine Stelle als Postdoc Research Fellow am Department of Psychology des Goldsmiths College, University of London ermöglichte. Von 2021 bis 2022 war Ruth Vertretungsprofessor für Systematische Musikwissenschaft an der Universität Hamburg.

Dr. Nicolas Ruth publizierte in zahlreichen wissenschaftlichen Zeitschriften wie »International Journal of Music Business Research«, »Psychology of Music« oder »Journal of Radio & Audio Media« und ist als Reviewer für Fachjournals wie »Musicae Scientiae« oder »Mobile Media & Communication« tätig. Seine Schwerpunkte in Forschung und Lehre liegen in den Bereichen Musikmanagement und -psychologie. In seiner aktuellen Forschung beschäftigt er sich mit dem alltäglichen Musikhören über Smartphones, dem Einfluss von Streaming-Plattformen auf Musikkonsum und -produktion sowie der Wissenschaftskommunikation auf der Social Media-Plattform TikTok.

Bereits mit der Gründung des Instituts für Kulturmanagement und Medien im Jahr 2009 und dem Angebot von zwei Master-Studiengängen, dem Master Kultur- und Musikmanagement und dem Master Musikjournalismus im öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk, hat sich die HMTM der Relevanz eines wachsenden Berufsfeldes an öffentlichen Kulturinstitutionen und in der Kultur- und Kreativwirtschaft verschrieben. In den vergangenen zehn Jahren hat das Studienangebot am Institut deutschlandweit einen einzigartigen Ruf erlangt und steht für eine erstklassige, innovative Ausbildung, die ihre Studierenden auf den Arbeitsmarkt oder eine potentielle Selbstständigkeit in der digitalen Arbeitswelt vorbereitet.

Ausführliche Informationen zum Institut, zum neuen Studiengang »Digitale Kommunikation« und zu Bewerbungsmodalitäten stehen ab sofort auf der Homepage des Instituts: www.kulturmanagement-muenchen.de

URL for press release: <http://www.kulturmanagement-muenchen.de>

Attachment Infosheet Masterstudiengang Digitale Kommunikation <http://idw-online.de/en/attachment91664>



Neuer Professor für Digitale Kommunikation: Dr. Nicolas Ruth
Nina Hottinger