



# Wegweiser Ausbildungs- und Studiengänge Medien am Standort Mainz

IHK für Rheinhesen ■■■ Johannes Gutenberg-Universität Mainz ■■■ Fachhochschule Mainz  
mit Unterstützung der Landesregierung Rheinland-Pfalz

## Impressum

### ■ Herausgeber:

- Initiative Mainzer Medienwirtschaft  
c/o IHK für Rhein Hessen, Schillerplatz 7, 55116 Mainz

### ■ Redaktionelle Leitung:

- Karin von der Groeben, Geschäftsführerin Initiative Mainzer Medienwirtschaft
- Viktor Piel, Leiter Geschäftsfeld Weiterbildung IHK

### ■ Redaktionelle Mitarbeit:

- Ivana Vukadin, Leitung Projektbüro Initiative Mainzer Medienwirtschaft

### ■ Redaktionelle Verantwortung für die Inhalte:

- IHK für Rhein Hessen
- Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz der Johannes-Gutenberg-Universität Mainz
- Fachhochschule Mainz

### ■ Gestaltung:

- [complot-mainz.de](http://complot-mainz.de)

### ■ Fotos:

- IHK für Rhein Hessen – Klaus Benz
- Johannes Gutenberg-Universität Mainz – Hartmann Fotodesign, Peter Pulkowski, Benjamin Wenz
- Fachhochschule Mainz – Jan Domin, Prof. Harald Pulch, Katanic/Schreiber  
LE Kommunikationsdesign
- Carsten Costard

### ■ Druck:

- [www.druck](http://www.druck), Mainz-Kastel

2. aktualisierte Auflage Juli 2014

## Inhaltsverzeichnis



<b>Grußworte der Partner</b> .....	4
<b>Einleitung</b> .....	6
<b>■ ■ ■ Anerkannte Ausbildungsberufe in der Medienbranche</b>	
– Einleitung: Die Medien öffnen Welten – Medienmacher sind Pioniere .....	8
– Ausbildungsberufe Medien .....	9
<b>■ ■ ■ Anerkannte Fortbildungsabschlüsse und passgenaue Qualifizierungen</b>	
– Wissenswertes für Fachkräfte, Medienunternehmen und Bildungsträger .....	17
– Weiter auf den Karrierestufen – Aufstiegsfortbildung .....	18
– Wissensvertiefung und -aktualisierung im Beruf – Anpassungsfortbildung .....	21
<b>■ ■ ■ Johannes Gutenberg-Universität</b>	
– Ein bundesweit einmaliges Profil und Potential .....	26
– Medienfächer an der Universität Mainz .....	27
– Medienfächer der Kunsthochschule Mainz .....	43
– Studium für beruflich qualifizierte Personen ohne Abitur .....	45
– Promotion nach Fachhochschulabschluss .....	47
<b>■ ■ ■ Fachhochschule Mainz</b>	
– Fachbereich Gestaltung: National und International anerkannt .....	48
– Medienfächer .....	49
– Fachbereich Wirtschaft: Anwendungsnah und praxisorientiert .....	56
<b>Service</b>	
– Wegweiser durch die Ausbildungsgänge Medien am Standort Mainz .....	58



**Jacqueline Kraege**  
Staatssekretärin  
Chefin der Staatskanzlei  
Rheinland-Pfalz



**Doris Ahnen**  
Ministerin für Bildung,  
Wissenschaft, Weiterbildung  
und Kultur Rheinland-Pfalz

### Nachwuchs fördern und Fachkräfte binden

Die raschen Veränderungen der Medienwelt sind in fast allen Bereichen des Alltags spürbar. Neben den klassischen Medien entwickeln sich neue Formate. Technik und Inhalte vermischen sich. Folglich haben sich auch die Medien- und IT-Berufe sowie deren Aus- und Weiterbildungsprofile gewandelt. Wer sich in diesem Prozess als Medienstandort behaupten will, muss relevantes Know-how bündeln, zukunftsfähige Trends erkennen, Fachkräfte ausbilden und binden. Das Netzwerk „Forum Mainzer Medienwirtschaft“ als Initiative von Wirtschaft, Rundfunkanstalten, Wissenschaft und Politik hat sich dieser Aufgabe angenommen. Im Vordergrund steht dabei die Nachwuchsförderung. Der neu aufgelegte „Wegweiser Ausbildungs- und Studiengänge Medien am Standort Mainz“ dokumentiert die vielfältigen und zukunftsorientierten Ausbildungsmöglichkeiten der Medienwirtschaft.

Diese Aktivitäten ergänzen die Bemühungen der Landesregierung zur Stärkung des Medienstandortes Rheinland-Pfalz sowie zur Förderung der Medienkompetenz der Bürgerinnen und Bürger sehr gut. Neben der Einrichtung regionaler Medienkompetenznetzwerke haben wir beispielsweise mit dem Landesprogramm „Medienkompetenz macht Schule“ bereits über 310.000 junge Menschen, circa 30.000 Lehrkräfte und etwa 27.000 Eltern im verantwortungsbewussten und kompetenten Umgang mit modernen Medien geschult. Dieses Programm und auch die Medienausstattung von Schulen setzen wir fort. Der aktualisierte Wegweiser ist ein gelungenes Beispiel, wie sich Unternehmen, Hochschulen und Landesregierung den aktuellen Herausforderungen zur Stärkung des Medienstandortes stellen.



**Richard Patzke**  
Hauptgeschäftsführer  
der IHK für Rheinhessen

### Gemeinsam für eine zukunftsorientierte Aus- und Weiterbildung in der Medienwirtschaft

Der Wettbewerb um qualifizierte Fachkräfte verschärft sich massiv. Gründe dafür sind der demografische Wandel, zunehmende Erwerbsmobilität, die verstärkte Globalisierung und das Tempo, mit dem die Arbeitswelt technologisiert wird. Kaum eine andere Branche wird mit diesem Wandel so direkt konfrontiert wie die Medien. Sie entwickeln eine Innovationskraft, die vielen anderen Wirtschaftszweigen Impulse gibt.

Durch die crossmediale Vernetzung von Hörfunk, TV, Print und Internet stehen die Entscheider und die Beschäftigten in den Unternehmen vor neuen Herausforderungen. Die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ist zu einem zentralen Faktor für den Wettbewerbserfolg der Unternehmen geworden.

Die IHK für Rheinhessen befasst sich mit der Vernetzung und Fortentwicklung zukunftsfähiger, medienwirtschaftlicher Ausbildungsprofile. Sie tut dies im beständigen Dialog mit den Betrieben der Medienwirtschaft, mit den Universitäten und den Fachhochschulen. Das Ziel ist, die Potenziale der Aus- und Weiterbildung in der Medienwirtschaft noch gezielter zu bündeln. Gemeinsam mit den Medienunternehmen, der Landesregierung und den Hochschulen wollen wir neue Trends aufspüren und die Medienberufe zukunftsorientiert weiterentwickeln.

Dass der vorliegende Wegweiser durch die Ausbildungsberufe der Medienbranche nun eine neue Auflage erlebt, zeigt dass alle Beteiligten auf dem richtigen Weg sind.



**Univ.-Prof. Dr. Birgit Stark**

Sprecherin des Schwerpunktes Medienkonvergenz  
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

### Die Herausforderung der Medien

Die Medien befinden sich in einem tiefgreifenden Struktur- und Funktionswandel. Ganz allgemein ausgedrückt beschreibt Medienkonvergenz dabei ein „Zusammenwachsen“ oder auch „Verschmelzen“ bisher getrennter Kommunikations- und Medienbereiche auf technischer und inhaltlicher Ebene. Motor dieser Entwicklung ist die Digitalisierung, die die Gesellschaft bereits nachhaltig verändert hat und weiter verändern wird. Mit zunehmender Geschwindigkeit und Breitenwirkung findet eine umfassende Mediatisierung unserer Lebenswelt statt. So erfolgt die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit im öffentlichen wie auch im nicht-öffentlichen Raum mittlerweile fast ausnahmslos über Medien.

Ziel des interdisziplinären Forschungsschwerpunktes ist es, die Folgen dieser rasanten Medienevolution und ihre Auswirkungen auf Kommunikation, Märkte und Nutzungsverhalten zu untersuchen und in Lehrveranstaltungen und Studiengängen immer wieder von Neuem auf die Entwicklungsdynamik der medienbezogenen Arbeitsplätze abzustimmen.

Die Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) besitzt hervorragende Voraussetzungen, um diese Herausforderungen erfolgreich zu bewältigen. Sie verfügt über ein bundesweit einmaliges Cluster von medien- und kommunikationswissenschaftlichen Fächern, das überdurchschnittlich gut aufgestellt ist und in einer für deutsche Universitäten einzigartigen Weise Theorie und Praxis verbindet. Für die Studierenden ergibt sich hier die Möglichkeit, sowohl empirisch-quantitative Verfahren als auch qualitativ-hermeneutische Methoden im Studium kennenzulernen und kreativ miteinander zu kombinieren.



**Prof. Dr.-Ing. Gerhard Muth**

Präsident  
der Fachhochschule Mainz

### Praxisbezogen und innovativ

Die Fachhochschule Mainz hat ihren Auftrag zur berufsbezogenen Ausbildung in den letzten Jahren kontinuierlich weiterentwickelt. In enger Kooperation mit der Praxis wird sie damit den gravierenden Veränderungsprozessen in der Medienlandschaft gerecht, vor allem durch neue Bachelor- und Masterstudiengänge für angehende Medienschaffende aller Bereiche. Beispielhaft sei hier der Studiengang MMI – Medien, IT und Management – erwähnt. Ein berufsbegleitender Studiengang, bedarfsorientiert und praxisnah.

Diese Ausrichtung wird auch bei weiteren Studienangeboten maßgeblich sein. So werden wir an der FH Mainz „niedrigschwellige“ berufsbegleitende Studienangebote etablieren, damit Medienschaffende für künftige Entwicklungen in ihren Berufen optimal gerüstet sind.

Die Aktualisierung der Broschüre „Wegweiser Medien“ gibt dazu einen sehr guten Überblick über die vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten an der FH Mainz.

# Mainz ist Medienstadt

## – INNOVATIONSMOTOR MIT BUNDESWEITER



Mit der Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern setzte Johannes Gutenberg in Mainz das Fundament der modernen Medienkommunikation. Das renommierte amerikanische Magazin „Time life“ kürte Gutenbergs Erfindung 1997 zur bedeutendsten Entdeckung des vergangenen Jahrtausends. An diese Tradition knüpft die Medienbranche in Mainz an und versteht sich als Innovationsmotor, der bundesweite Strahlkraft und Bedeutung hat. Wer in der Medienwirtschaft etwas bewegen will, findet in Mainz am Rhein ein hoch potentes und kompetentes Umfeld. Heute sind die beiden großen Sendeanstalten ZDF und SWR hier ansässig und sind größte Arbeitgeber und Auftraggeber der Film- und Fernsehwirtschaft. Sie prägen das Image des Medienstandortes maßgeblich mit. Insgesamt sind – so die Analyse der Stadt Mainz zur Medienwirtschaft – fast 66.000 Medienunternehmen im Rhein-Main Gebiet ansässig. Die Nähe zu Abnehmern und Zulieferern als auch die verkehrstechnische Infrastruktur machen die Attraktivität der Medienstadt Mainz aus.

Kein Wunder, dass auch die Ausbildungs- und Studiengänge in Mainz in diesem Geiste entwickelt und angeboten werden. Berufs- und Studienprofile sind hier nicht nur zeitgemäß, sondern immer auch schon auf die Anforderungen der

# STRAHLKRAFT

Zukunft gerichtet. Damit werden in Mainz adäquate Antworten auf die sich durch Technisierung und Digitalisierung schnell wandelnde Medienwelt gegeben. Wer hier einsteigt, kann sicher sein, dass er gut ausgebildet wird. Auszubildende finden eine Vielzahl von Medienunternehmen vor, in denen sie lernen können. Studierende wiederum haben es leichter als an anderen Standorten, schon während ihrer Ausbildung in Film- und Medienbetriebe hinein zu schnuppern und Kontakte zu knüpfen, die später der Türöffner in den ersten Job sein können. Vielfach existieren beste Verbindungen zwischen den Hochschulen, Sendern, Unternehmen, Zeitungsverlagen und weiteren medienrelevanten Institutionen. Seit Jahren bündelt die „Initiative Mainzer Medienwirtschaft“ dieses Know-how aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft.

So hat sie, gemeinsam mit der IHK für Rheinhessen, der Uni und der Fachhochschule sowie der Politik und den Medienunternehmen die Weiterentwicklung von Ausbildungs- und Studiengängen zusammengefasst. Diese aktualisierte Neuauflage ist eine erste Orientierung durch die Ausbildungs- und Studiengänge in Mainz. Gemeinsam mit den Medienunternehmen wollen die Partner neue Trends aufspüren und die Medienberufe zukunftsorientiert weiterentwickeln.





## ■ ■ ■ Anerkannte Ausbildungsberufe in der Medienbranche

### Die Medien öffnen Welten. Medienmacher sind Pioniere.

Wie kaum eine andere Branche sind die Medien einer rasanten Digitalisierung und Technisierung unterworfen. Dieser Wettbewerbsdruck macht die Medienunternehmen aber auch zu kraftvollen Motoren für technologische Neuerung. Die Betriebe und Ausbildungsstätten folgen dem Trend und jagen den Trend. In den Medien ändern sich die Anforderungen an die Berufsprofile ständig im Rhythmus der Innovation. Beispiele gibt es genug: So wurde aus dem/der Verlagskaufmann/-kauffrau mit der Revolutionierung der Verlagswelt durch das Internet der/die Medienkaufmann/-kauffrau. Im Zuge grundlegender Umwälzungen in der Werbebranche entwickelte sich aus dem/der klassischen Werbekaufmann/-kauffrau der/die Kaufmann/-kauffrau für Marketingkommunikation.

Etwa zwei Drittel aller Erwerbstätigen in Deutschland haben im Verlauf ihres Bildungsweges einmal eine Berufsausbildung im Dualen System absolviert. Das heißt, sie haben ihren Beruf im Betrieb und in der Berufsschule erlernt und auf hohem Niveau eine zeitgemäße praxisbezogene Ausbildung erhalten. Auf diesem soliden Fundament lassen sich gerade in der dynamischen Medienbranche vielfältige Qualifikationen aufbauen.

Weiterbildung ist für Mitarbeiter in der Medienbranche nicht nur ein „Muss“, sondern auch spannend. Nicht nur, um auf der Karriereleiter weiterzukommen, sondern auch, weil der Wandel in den Medien Alltag ist. Für alle Berufstätigen in der globalisierten Wirtschaft gilt heute: Bildung ist der Schlüssel für persönliche Lebenschancen und Chancengerechtigkeit in einer Wissens-Mediengesellschaft. Aufstieg durch Bildung bleibt die Strategie zu einer erfolgreichen Berufswegeplanung im Leben eines jeden Menschen. Mit einem qualifizierten Ausbildungsabschluss haben Berufstätige auch ohne Abitur/ Fachhochschulreife die Möglichkeit, ein Hochschulstudium aufzunehmen. Mehr zu diesem Thema finden Sie im Kapitel ‚Studieren ohne Abitur‘.

Von den rund 340 staatlich anerkannten Ausbildungsberufen lassen sich die nachstehend aufgeführten Berufe dem Medienbereich zuordnen.



## Ausbildungsberufe

### ► Mediengestalter/in Bild und Ton

Mediengestalter/innen Bild und Ton planen Medienproduktionen und sind an deren Durchführung beteiligt. Sie richten medienspezifische Produktionssysteme ein, stellen Bild- bzw. Tonaufnahmen her und bearbeiten sie. Dabei berücksichtigen sie redaktionelle und gestalterische Gesichtspunkte.

Ihr Arbeitsgebiet umfasst die Planung, Produktion und Gestaltung von Bild- und Tonmedien. Hierfür beraten Mediengestalter/innen Bild und Ton Programmmitarbeiter/innen und Kunden. Im Zuge der Vorbereitung einer Medienproduktion recherchieren sie Informationen und bereiten Arbeitsabläufe und -techniken vor. Auch Aufwand sowie Kosten ermitteln sie und stimmen Termine ab. Darüber hinaus stellen sie die nötige Software bereit und konfigurieren sie. In enger Zusammen-

arbeit mit dem Produktionsteam stellen sie Bild- und Tonaufnahmen her – bei Außenübertragungen auch unter Livebedingungen. Die medialen Aufzeichnungen sichten bzw. prüfen sie und bearbeiten sie nach dem redaktionellen Konzept. Auch gestalterische, produktionstechnische und medienspezifische Aspekte beziehen sie dabei mit ein.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Unternehmen der Film-, Fernseh- und Tonproduktion. Beschäftigungsmöglichkeiten bieten sich für Mediengestalter/innen Bild und Ton vor allem in der Medienbranche. Sie können z.B. in Film- oder Tonstudios, bei Rundfunkveranstaltern oder in Werbeagenturen tätig sein. Darüber hinaus kommen Korrespondenz- und Nachrichtenbüros als Arbeitgeber infrage. Firmen der Multimediatechnik, die Ton-, Bild- und Datenträger vervielfältigen, eröffnen weitere Tätigkeitsfelder.

#### ■ **Dauer der Ausbildung:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhausen, Schillerplatz 7  
55116 Mainz

■ **Ansprechpartner:** Oliver Sascha  
Tel. (0 61 31) 262-16 01, [www.rheinhausen.ihk24.de](http://www.rheinhausen.ihk24.de)

## ► Mediengestalter/in Digital und Print

Gestaltung von digitalen oder gedruckten Informationsmitteln. Hierfür entwickeln sie Konzepte, setzen sie um und erstellen das fertige Produkt. Daneben beraten sie Kunden. Sie arbeiten in Marketingkommunikationsagenturen, Designstudios, Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft, Mediendienstleistern, Verlagen sowie in Marketing- und Kommunikationsabteilungen von Unternehmen und öffentlichen Institutionen. Dieser Ausbildungsberuf untergliedert sich in drei Fachbereiche. Der Betrieb gibt eine dieser Fachrichtungen vor. Diese können sein:

### Beratung und Planung, Gestaltung und Technik oder Konzeption und Visualisierung.

#### ● **Fachrichtung Beratung und Planung:**

In der Fachrichtung Beratung und Planung führen Mediengestalter/innen Projektplanungen für Medienprodukte selbstständig und im Team durch, betreuen und beraten Kunden und erstellen Angebote, bearbeiten Teilaufgaben des Projektmanagements, visualisieren und präsentieren Projekte, führen projektbezogene Datenbearbeitungen durch. In enger Abstimmung mit ihren Kunden planen sie unterschiedliche Medienprojekte wie Zeitschriften, Werbebroschüren oder Internetseiten. Die Ergebnisse visualisieren sie und stellen sie den Kunden in Präsentationen vor.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Mediengestalter/innen Digital und Print der Fachrichtung Beratung und Planung arbeiten vorwiegend in Werbeagenturen und Verlagen, wobei sie z.B. in der Anzeigenberatung eingesetzt werden. In Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft und bei Rundfunkanstalten sind sie beispielsweise in der Akquise von Neukunden tätig.

#### ● **Fachrichtung Gestaltung und Technik:**

In der Fachrichtung Gestaltung und Technik planen die Mediengestalter die Produktionsabläufe selbstständig und im Team, gestalten Elemente für Medienprodukte, übernehmen, erstellen, transferieren und konvertieren Daten für die Mehrfachnutzung, kombinieren Medienelemente, stellen sie für unterschiedliche Medien bereit und geben sie auf unterschiedlichen Medien aus. Sie stimmen außerdem die Arbeitsergebnisse mit dem Kunden ab.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Mediengestalter/innen Digital und Print der Fachrichtung Gestaltung und Technik arbeiten hauptsächlich in Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft, in Verlagen und in Werbeagenturen. Auch können sie z.B. bei Herstellern von Online-Medien tätig sein.

#### ● **Fachrichtung Konzeption und Visualisierung:**

In der Fachrichtung Konzeption und Visualisierung analysieren Mediengestalter/innen Kundenaufträge, recherchieren die Umfeldbedingungen und Zielgruppen, nutzen Kreativitätstechniken zur Erstellung von Konzeptionen, visualisieren und präsentieren Ideen und Entwürfe, arbeiten Entwürfe für die mediengerechte Weiterverarbeitung aus und setzen mediengerechte Kontrollverfahren zur Qualitätssicherung ein.

Sie entwickeln Konzeptionen für unterschiedliche Medienprodukte wie Zeitschriften, Werbebroschüren oder Internetseiten. Ihre Ideen und Entwürfe setzen Mediengestalter/innen Digital und Print der Fachrichtung Konzeption und Visualisierung am Bildschirm um und präsentieren sie den Kunden.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Hauptsächlich arbeiten Mediengestalter/innen Digital und Print der Fachrichtung Konzeption und Visualisierung in Werbeagenturen bzw. Werbeabteilungen größerer Unternehmen. Auch in Firmen der Druck- und Medienwirtschaft, in Verlagen oder bei Mediendienstleistern wie Fernsehanstalten und Medienagenturen im Bereich Bilderdienste oder Multimedia sind sie beschäftigt.

■ **Dauer der Ausbildung:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7  
55116 Mainz

■ **Ansprechpartner:** Oliver Sascha  
Tel. (0 61 31) 262-16 01, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

## ► Kaufmann/Kauffrau für audiovisuelle Medien

Kaufleute für audiovisuelle Medien betreuen die Herstellung von audiovisuellen Produkten kaufmännisch und organisatorisch. Sie arbeiten an der Schnittstelle von Produktionsorganisation, -kalkulation bzw. -abrechnung und Marketing-Strategie, Öffentlichkeitsarbeit, Verleih und Vertrieb.

Sie planen und organisieren z.B. für Filmproduktionen den Einsatz von Material und technischer Ausstattung wie Kameras und Mikrofone und koordinieren die zeitliche und personelle Besetzung des Teams. Daneben prüfen Kaufleute für audiovisuelle Medien Finanzierungsmöglichkeiten, erstellen Kalkulationen und wirken bei der Vor- bzw. Nachkalkulation von Produktionen mit. Sie kaufen und sichern Rechte und Lizenzen, um z.B. Musikstücke auf CD zu vermarkten. Im Bereich Marketing und Vertrieb beschaffen sie Informationen über Markt und Mitbewerber, werten diese aus und beteiligen sich an Marketingkonzeptionen. In den Bereichen Rechnungswesen und Controlling arbeiten sie in der Buchführung: Sie führen Konten, überwachen Zahlungstermine, werten statistische Daten aus und bereiten sie zu Controllingzwecken auf. Zu ihren Aufgaben gehören auch die Honorarabrechnung und vorbereitende Arbeiten für Liquiditäts- und Kreditsicherungsmaßnahmen.



### ■ Berufsfeldorientierung:

Kaufleute für audiovisuelle Medien sind hauptsächlich in Rundfunk- und Fernsehanstalten und Unternehmen der Film- und Videofilmherstellung beschäftigt. Darüber hinaus arbeiten sie in Werbeagenturen, die einen Schwerpunkt auf den Bereich Multimedia legen, oder gelegentlich auch in Buch- und Zeitschriftenverlagen, z.B. in der Lizenzabteilung.

### ■ Ausbildungsdauer: 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7  
55116 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Claudia Tröndle  
Tel. (0 61 31) 2 62-16 08, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de).

## ► Medienkaufmann/Medienkauffrau Digital und Print

Medienkaufleute Digital und Print arbeiten in Marketing und Vertrieb gedruckter und digitaler Medien. Sie wirken auch bei der Produktentwicklung und Herstellung sowie beim Erwerb von Rechten und Lizenzen mit.

In den Bereichen Marketing und Vertrieb beraten sie Kunden über Medienprodukte und Dienstleistungen des Unternehmens und arbeiten bei der Entwicklung und Umsetzung von Marketingkonzepten mit. Medienkaufleute Digital und Print verkaufen bzw. erwerben Digital- und Printprodukte, Rechte und Lizenzen, beobachten die unterschiedlichen Medienmärkte und die gesellschaftlichen Trends und wirken bei der Produkt- und Programmplanung mit. Auch an der Gestaltung und Herstellung der Medienprodukte sind sie beteiligt. Sie berechnen Produktions- und Vertriebskosten, führen Kalkulationen durch und wenden betriebliche Controllinginstrumente an.

### ■ Berufsfeldorientierung:

Hauptsächlich arbeiten Medienkaufleute Digital und Print in Verlagen, die zum Teil auch international tätig sind. Darüber hinaus können sie im Großhandel mit Büchern, Zeitschriften und Zeitungen oder in Medienhäusern tätig sein.

### ■ Ausbildungsdauer: 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7, 55116 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Claudia Tröndle  
Tel. (06131) 262-1608, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

## ► Kaufmann/Kauffrau für Marketingkommunikation

Kaufleute für Marketingkommunikation planen und entwickeln für Unternehmen und andere Kunden kommunikative Maßnahmen. Sie steuern deren organisatorische Umsetzung und kontrollieren die Herstellungsprozesse sowie das Budget.

Sie arbeiten insbesondere in den Bereichen klassische Werbung, Direktmarketing, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Event, Sponsoring und Multimedia. Wenn Kaufleute für Marketingkommunikation in Agenturen und Beratungsunternehmen tätig sind, beraten sie Kunden in Fragen der Marke-

tingkommunikation. Sie beobachten und analysieren Märkte, bestimmen Zielgruppen und entwickeln auf Grundlage der Ergebnisse Kommunikationskonzepte sowohl für integrierte, also medienübergreifende Kampagnen, als auch für Einzelmaßnahmen. Dabei steuern sie die gesamte Umsetzung der Maßnahmen: Kaufleute für Marketingkommunikation organisieren und kontrollieren nicht nur die kreative Arbeit sowie das Budget und die Herstellungsprozesse, sondern planen auch den Einsatz der verschiedenen Medien und sichern die Qualität der erbrachten Leistungen. Schließlich entwickeln sie vertragliche Grundlagen für die Zusammenarbeit (z.B. mit Agenturen) und den Erwerb von Rechten und Lizenzen.

### ■ Berufsfeldorientierung:

Kaufleute für Marketingkommunikation arbeiten in erster Linie in Agenturen und Beratungsfirmen wie Werbeagenturen, PR-Agenturen. Darüber hinaus können sie bei Werbefachverbänden, bei gemeinnützigen Organisationen oder in Marketing- und Kommunikationsabteilungen hauptsächlich größerer Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftszweige arbeiten.

### ■ Ausbildungsdauer: 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7  
55116 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Renate Wosnig  
Tel. (06131) 262-1605, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

## ► Medientechnologe Druck/ Medientechnologin Druck

Medientechnologen/-technologinnen Druck stellen mit verschiedenen Druckmaschinen und -verfahren beispielsweise Werbedrucksachen, Zeitungen, Magazine, Bücher, Etiketten, Verpackungen, Plakate oder Tapeten her. Sie richten Druckmaschinen auftragsbezogen ein und steuern den Druckprozess zur Herstellung der Gesamtauflage. Dafür analysieren sie konkrete Arbeitsaufgaben, wählen produktspezifisch Materialien und Verarbeitungswege aus und führen eine auftragsbezogene Produktionsplanung durch. Weiter planen sie den Arbeitsablauf, überprüfen Druckformen, die sie zum Teil auch selbst herstellen, oder bereiten Daten für digitale Druckverfahren vor. Sie arbeiten kundenorientiert, berücksichtigen ökonomische und ökologische Aspekte sowie den Verwendungszweck des gefertigten Produkts und die technischen Bedingungen des Produktionsprozesses. Dieser Ausbildungsberuf wird durch die Kombination verschiedener Wahlqualifikationen geformt.

### ■ Berufsfeldorientierung:

Akzidenzdruckereien, Werkdruckunternehmen, Zeitungsdruckereien, Verpackungsdruckereien, Endlos- und Formulardruckereien, Illustrationstiefdruckereien, Digitaldruckereien.

■ **Ausbildungsdauer:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7

55116 Mainz

■ **Ansprechpartner:** Oliver Sascha

Tel. (06131) 262-1601, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

## ► Medientechnologe Druckverarbeitung/ Medientechnologin Druckverarbeitung

Medientechnologen/-technologinnen Druckverarbeitung stellen aus Vorprodukten fertige Zeitungen, Bücher, Kalender oder Prospekte her. Sie planen und kontrollieren die dafür erforderlichen Verarbeitungsprozesse, richten Maschinen und Anlagen ein und berücksichtigen vor- und nachgelagerte Arbeitsgänge. Sie stellen Printerzeugnisse in integrierten Prozessen fertig. Sie prüfen die aus der Druckerei kommenden bedruckten Bogen und wählen die geeigneten Verarbeitungstechnologien und -prozesse nach wirtschaftlichen, technischen und ökologischen Aspekten aus. Sie richten die Verarbeitungsan-

lagen und Prozesskontrollsysteme ein bzw. konfigurieren diese und sorgen dafür, dass die notwendigen Produktionsmittel bereitstehen. Dieser Ausbildungsberuf wird durch die Kombination verschiedener Wahlqualifikationen geformt.

### ■ Berufsfeldorientierung:

Akzidenzdruckereien, Werkdruckunternehmen, Zeitungsdruckereien, Verpackungsdruckereien, Endlos- und Formulardruckereien, Illustrationstiefdruckereien, Digitaldruckereien.

■ **Ausbildungsdauer:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7

55116 Mainz

■ **Ansprechpartner:** Oliver Sascha

Tel. (06131) 262-1601, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

### ► **Fachkraft für Veranstaltungstechnik**

Fachkräfte für Veranstaltungstechnik realisieren technische, organisatorische und gestalterische Dienstleistungen, z.B. bei Bühnen- und Open-Air-Veranstaltungen, Film- und Fernsehproduktionen, Kongressen, Konzerten, Messen, Produktpräsentationen, Shows, Tagungen, Theateraufführungen.

Sie planen und betreuen den technischen Ablauf einer Veranstaltung und legen auch selbst mit Hand an. Im Schwerpunkt Aufbau und Durchführung planen Fachkräfte für Veranstaltungstechnik den Einsatz der technischen Anlagen: Sie bauen Beleuchtungs-, Projektions- und Beschallungsanlagen auf und richten sie ein. Während eines Konzertes bedienen sie z.B. Schalt- und Mischpulte oder Nebelmaschinen. Im Schwerpunkt Aufbau und Organisation entwickeln sie ein Baukonzept nach Kundenwünschen, koordinieren die unterschiedlichen Gewerke, organisieren logistische Prozesse, bauen die technischen Einrichtungen auf, richten sie ein und übergeben sie dem Kunden.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Beschäftigung finden Fachkräfte für Veranstaltungstechnik bei Messe- oder Kongressveranstaltern und Event- bzw. Veranstaltungsagenturen. Auch in Unternehmen der Filmbranche gibt es geeignete Tätigkeitsfelder.

#### ■ **Ausbildungsdauer:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7, 55116 Mainz

#### ■ **Ansprechpartner:** Georg Berwanger

Tel. (0 61 31) 2 62-16 09, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

### ► **Informatikkaufmann/Informatikkauffrau**

Informatikkaufleute beschaffen informations- und telekommunikationstechnische Systeme und verwalten sie. Sie erstellen Anwendungslösungen und beraten bzw. schulen Benutzer.

Sie analysieren die Problem- und Aufgabenstellungen, die innerhalb eines Unternehmens durch den Einsatz von informations- und telekommunikationstechnischen Systemen (IT-Systemen) gelöst werden sollen. Hierfür ermitteln Informatikkaufleute den Bedarf an IT-Systemen, beschaffen die benötigte Hard- und Software und führen diese im Unternehmen ein.

Sie beraten und unterstützen die einzelnen Fachabteilungen beim Einsatz von Anwendungssystemen und sind Ansprechpartner gegenüber Herstellern und Anbietern von Systemen der Informations- und Telekommunikationstechnik. Gibt es keine geeigneten Standardanwendungen auf dem Markt, beteiligen sie sich an Entwurf und Realisation individueller Lösungen. Sie implementieren Anwendungssysteme, passen sie an und installieren sie. Zudem verwalten sie die Systeme und betreuen bzw. schulen Anwender.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Informatikkaufleute arbeiten in Unternehmen nahezu aller Wirtschaftsbereiche, v.a. aber in der IT-Branche. Sie sind auch für Unternehmen tätig, in denen Informations- und Kommunikationssysteme zur Abwicklung von Geschäftsprozessen zum Einsatz kommen.

#### ■ **Ausbildungsdauer:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7, 55116 Mainz

#### ■ **Ansprechpartnerin:** Claudia Tröndle

Tel. (0 61 31) 2 62-16 08, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

### ► IT-System-Elektroniker/ IT-System-Elektronikerin

IT-System-Elektroniker/ IT-System-Elektronikerinnen planen und installieren Systeme der Informations- und Telekommunikationstechnik, einschließlich der entsprechenden Geräte, Komponenten und Netzwerke. Sie installieren die Stromversorgung und die Software und nehmen die Systeme in Betrieb. Sie realisieren kundenspezifische Lösungen durch Modifikationen von Hard- und Software. Sie analysieren Fehler und beseitigen Störungen. Typische Einsatzgebiete sind zum Beispiel Computersysteme, Festnetze, Funknetze, Endgeräte oder Sicherheitssysteme. IT-System-Elektroniker/ IT-System-Elektronikerinnen sind im Sinne der Unfallverhütungsvorschriften Elektrofachkräfte.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

IT-System-Elektroniker/IT-System-Elektronikerinnen arbeiten in Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen der Informations- und Telekommunikationstechnik anbieten. Sie finden Beschäftigung bei Herstellern und Betreibern von Telekommunikationsanlagen und -netzen, bei Installationsbetrieben für Sicherheitstechnik sowie im Einzelhandel für kundenspezifische Hardwarekonfigurationen. Darüber hinaus sind sie in Ingenieurbüros tätig, die Netzwerke planen.

#### ■ **Ausbildungsdauer:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7, 55116 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Claudia Tröndle  
Tel. (06131) 262-1608, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

### ► IT-System-Kaufmann/IT-System-Kauffrau

IT-System-Kaufleute stellen Kunden informations- und telekommunikationstechnische Lösungen zur Verfügung. Sie führen Projekte zur Einführung oder Erweiterung von informations- und telekommunikationstechnischer Infrastruktur in kaufmännischer, technischer und organisatorischer Hinsicht durch. IT-Systemkaufleute arbeiten vornehmlich in Vertrieb

und Beratung, führen Serviceleistungen durch und stehen den Kunden als zentraler Ansprechpartner zur Verfügung. Sie beobachten den Markt für informations- und telekommunikationstechnische Systeme und führen Marketingmaßnahmen durch. Typische Einsatzgebiete sind zum Beispiel Branchensysteme, Standardsysteme, technische Anwendungen, kaufmännische Anwendungen oder Lernsysteme.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

IT-System-Kaufleute arbeiten in erster Linie in der IT-Branche, z.B. in der Softwareberatung und -herstellung oder bei Datenverarbeitungsdiensten. Sie sind auch bei Herstellern von Geräten der Informations- und Telekommunikationstechnik tätig. Darüber hinaus bietet die Unternehmensberatung im Bereich EDV-Beratung Beschäftigungsmöglichkeiten.

#### ■ **Ausbildungsdauer:** 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7, 55116 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Claudia Tröndle  
Tel. (06131) 262-1608, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

## ► Fachinformatiker/Fachinformatikerin

Fachinformatiker/innen konzipieren und realisieren komplexe EDV-Systeme und passen diese benutzergerecht an. Es gibt zwei Fachrichtungen, in welchen der Beruf ausgebildet wird:

### ● Fachrichtung Anwendungsentwicklung:

Fachinformatiker/innen der Fachrichtung Anwendungsentwicklung entwerfen und realisieren Softwareprojekte nach Kundenwunsch. Hierfür analysieren und planen sie IT-Systeme. Sie testen bestehende Anwendungen, passen sie an, verbessern sie und entwickeln anwendungsgerechte Bedienoberflächen. Darüber hinaus beheben sie Fehler mithilfe von Experten- oder Diagnosesystemen und beraten bzw. schulen die Anwender. Sie setzen die Methoden des Software Engineering ein und nutzen Programmiersprachen und Werkzeuge wie Entwicklertools. Daneben schulen sie Benutzer.

### ● Fachrichtung Systemintegration:

In der Fachrichtung Systemintegration planen und konfigurieren Fachinformatiker/innen IT-Systeme. Als Dienstleister im eigenen Haus oder beim Kunden richten sie diese Systeme entsprechend den Anforderungen ein und betreiben bzw. verwalten sie. Hierfür vernetzen sie Hard- und Softwarekomponenten zu komplexen Systemen. Dazu gehört auch, dass sie bei auftretenden Störungen die Fehler systematisch und unter Einsatz moderner Experten- und Diagnosesysteme eingrenzen und beheben. Sie beraten interne und externe An-

wender bei Auswahl und Einsatz der Geräte und lösen Anwendungs- und Systemprobleme. Daneben erstellen sie Systemdokumentationen und führen Schulungen für die Benutzer durch.

### ■ Berufsfeldorientierung:

Fachinformatiker/innen arbeiten in Unternehmen nahezu aller Wirtschaftsbereiche, v.a. aber in der IT-Branche. Sie sind auch für Unternehmen tätig, in denen Informations- und Kommunikationssysteme zur Abwicklung von Geschäftsprozessen zum Einsatz kommen.

### ■ Ausbildungsdauer: 3 Jahre

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7, 55116 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Claudia Tröndle  
Tel. (06131) 262-1608, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)



## ■ ■ ■ Anerkannte Fortbildungsabschlüsse und passgenaue Qualifizierungen

### Wissenswertes für Fachkräfte, Medienunternehmen und Bildungsträger

Das System der beruflichen Fortbildung bietet bedarfsgerechte und aktuelle Qualifizierungen für den persönlichen Karriereaufstieg im Beruf und die Sicherung des Fachkräftebedarfes in der Medienwirtschaft. Die Anerkennung beruflich erworbener Qualifikationen nach dem Deutschen und Europäischen Qualifikationsrahmen und in den Hochschulgesetzen ermöglicht zudem den Übergang in akademische Studiengänge. Umgekehrt können auch Hochschulabsolventen von beruflichen Qualifizierungen und Abschlüssen profitieren.

Die IHK für Rheinhessen versteht sich auch im Bereich der Weiterbildung als Dienstleister für ihre Mitgliedsbetriebe, indem sie gemeinsam mit den Praktikern in den Unternehmen und den Fachdozenten der Bildungsträger bestehende Abschlüsse und Qualifizierungen weiterentwickelt und neue Bildungskonzepte auf den Weg bringt. Hierzu pflegt sie den Austausch in den bildungspolitischen Ordnungsgremien wie auch den Dialog mit den Berufs- und Hochschulen. Den Fachkräften bietet die IHK individuelle Weiterbildungsberatung zur Karriereplanung und Unterstützung zur Erlangung von Stipendien an. Gemeinsam mit den ehrenamtlichen Prüfern aus den Betrieben und der Lehre führt sie die Prüfungen der beruflichen Aufstiegsfortbildung durch. Bundeseinheitliche Rahmenstoffpläne

und Prüfungsaufgaben und die regelmäßige Fortbildung der Prüfer begründen das hohe Ansehen der zugehörigen Abschlüsse in der Wirtschaft.

Die öffentlich-rechtlichen Fortbildungsabschlüsse knüpfen in Bezug auf Inhalt und Systematik an die Berufsausbildung an. Das macht sie zu weiterführenden Stufen auf der beruflichen Qualifizierungsleiter, die im Deutschen Qualifikationsrahmen auf Bachelor- und Masterniveau eingeordnet sind. Lehrgänge, die auf diese Abschlüsse vorbereiten, werden von Bildungsträgern angeboten oder in den Unternehmen selbst durchgeführt. Aktuelle Statistiken belegen, dass sich die Investition der Absolventen in ihre berufliche Zukunft rentiert. Das Arbeitslosigkeitsrisiko unter Absolventen der beruflichen Aufstiegsfortbildung ist noch geringer als das der Akademiker. Es gibt außerdem die Möglichkeit der Bezuschussung der Fortbildungskosten, beispielsweise durch das Meister-BaFöG.

Ambitionierte Fachkräfte aus Medien, Druck und Werbung streben in der Regel den/ die Medienfachwirt/in oder eine/n fachspezifischen Industriemeister/in an. Beide Abschlüsse dienen der Aufstiegsfortbildung für das mittlere Management und stehen allen Berufen rund um Druck, Medien, Werbung und Papierverarbeitung offen. In der TV-Produktion gibt es

noch weitere spezifische Abschlüsse dieser Ebene, wie den/ die Fachkaufmann/-kauffrau für Produktionsmanagement TV & Neue Medien, der/ die in diesem Kapitel vorgestellt wird. Mit Abschluss dieser und gleichwertiger Qualifikationen ist die Zugangsberechtigung zu Bachelor- und weiterbildenden Masterstudiengängen gegeben. Mehr zu diesem Thema finden Sie im Kapitel ‚Studieren ohne Abitur‘.

Zur Aktualisierung und Vertiefung beruflicher Kompetenzen dienen Lehrgänge der Anpassungsfortbildung. Die IHK für Rheinhessen bietet Unterstützung bei der Konzeption und Durchführung von Fortbildungsmaßnahmen nach den bundeseinheitlichen IHK-Qualitätsstandards an und entwickelt in Kooperation mit den Betrieben und regionalen Bildungsträgern Weiterbildungslehrgänge mit IHK-Zertifikatsabschluss. Die Lehrgänge lassen sich formal und thematisch sehr passgenau auf den aktuellen Bedarf der Betriebe zuschneiden und zeichnen sich durch einen hohen Praxisbezug und ihre Anwendungsorientierung aus. Besonderes Merkmal ist die Praxisarbeit, welche die Teilnehmer zu einem berufspraktischen Thema erarbeiten und im Plenum präsentieren.



## Weiter auf den Karrierestufen – Aufstiegsfortbildung

### ► Geprüfte/r Medienfachwirt/in

Medienfachwirte und Medienfachwirtinnen übernehmen qualifizierte Fach- und Führungsaufgaben in Unternehmen der Druck- und Medienwirtschaft, in Verlagen und bei Mediendienstleistern.

Hauptsächlich arbeiten sie in Verlagen, Multimediaunternehmen und bei Softwareanbietern. In Werbeagenturen oder bei Rundfunkveranstaltern sind sie ebenso beschäftigt wie in Betrieben der Filmwirtschaft. Darüber hinaus können sie unter anderem in der Medienplanung und -gestaltung für die Musikindustrie, in Betrieben der Druck- und Medienvorstufe oder bei Medienverbänden tätig sein.

Medienfachwirt/in ist eine bundesweit geregelte berufliche Weiterbildungsprüfung nach dem Berufsbildungsgesetz (BBiG). Die Prüfung wird vor der zuständigen IHK abgelegt.

Vorbereitungslehrgänge auf die Weiterbildungsprüfung werden in der Regel berufsbegleitend durchgeführt. Es gibt aber auch Vollzeitlehrgänge und Fernlehrgänge (E-Learning) sowie Kombinationen von Präsenz- und Fernlehrgängen.

#### ■ Voraussetzungen:

- eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in einem anerkannten Ausbildungsberuf, der der Medienwirtschaft zugeordnet werden kann
- eine mit Erfolg abgelegte Abschlussprüfung in einem sonstigen anerkannten Ausbildungsberuf und danach eine mindestens einjährige Berufspraxis oder
- eine mindestens vierjährige Berufspraxis.

Für die Zulassung zur Prüfung ist die Teilnahme an einem Lehrgang nicht verpflichtend.

Nähere Informationen erhalten Sie bei der IHK Rheinhessen.

■ **Kontakt:** IHK für Rheinhessen, Schillerplatz 7  
55116 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Elke Hambach  
Tel. (061 31) 2 62-15 03, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

## ► **Fachkaufmann/Fachkauffrau Produktionsmanagement TV & Neue Medien**

Gemeinsam mit dem ZDF wurde das Profil des Fachkaufmanns bzw. der Fachkauffrau Produktionsmanagement TV & Neue Medien entwickelt. Die Anforderungen der IHK-Prüfung sind vornehmlich auf das medienspezifische Kosten- und Rechte-management gerichtet. Sie umfassen den gesamten Bereich der Telemedienproduktion und unterscheiden sich damit von den bestehenden Profilen, bei denen etwa Filmproduktionen im Vordergrund stehen.

### ■ Voraussetzungen:

- eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung in einem anerkannten Ausbildungsberuf und eine weitere einschlägige Berufspraxis von mindestens zwei Jahren in der Medien- und Fernsehproduktion oder
- eine abgeschlossene Ausbildung in einem sonstigen Ausbildungsberuf und eine weitere einschlägige Berufspraxis von mindestens drei Jahren in der Medien- und Fernsehproduktion oder
- eine einschlägige Berufspraxis von mindestens fünf Jahren in der Medien- und Fernsehproduktion.





Zur Vorbereitung auf die IHK-Prüfung bietet das ZDF ein 24-monatiges berufsbegleitendes Praxistraining an, das mit dem IHK-Zertifikat „Produktionsmanagement TV & Neue Medien“ abschließt. Die innovative Fortbildungsmaßnahme erweitert bestehende Tätigkeitsfelder zu einer multifunktionalen Berufsqualifikation.

Ziel der Maßnahme ist es, den Fortbildungsteilnehmern/innen grundlegende Qualifikationen über den Workflow der Herstellungsprozesse bei Medienproduktionen und die handlungsspezifischen Aufgabenstellungen in den einzelnen Phasen der Vorbereitung, Durchführung und Abwicklung zu vermitteln.

In der aufbauend strukturierten Maßnahme wird über eine fernsehspezifische Basisqualifikation hinaus ein fundiertes medienbetriebswirtschaftliches, medienrechtliches und medientechnisches Fachwissen vermittelt. Es befähigt die Fortbildungsteilnehmer/innen, produktionsmanagementspezifische Aufgabenstellungen, Zuständigkeiten und Verantwortungsbereiche in den einzelnen Phasen von Medienproduktionen zu bewältigen und den Gesamtprozess zu verstehen.

■ **Dauer:** 24 Monate Vollzeit

■ **Kontakt:** ZDF, Abteilung Aus- und Fortbildung  
55100 Mainz, Tel. (0 61 31) 70-43 71  
[www.ausbildung.zdf.de](http://www.ausbildung.zdf.de)

## Wissensvertiefung und -aktualisierung im Beruf – Anpassungsfortbildung

... am Beispiel von Praxistrainings mit IHK-Zertifikatsabschluss

### ► Berater/in für die integrierte Druckproduktion (IHK)

Die Digitalisierung aller Prozessstufen in der Herstellung von Drucksachen hat zu einer engen Verzahnung der einzelnen Prozessphasen geführt. Für alle Beteiligten – vom Layout bis zum Vertrieb – ist daher ein reibungsloses Zusammenspiel ein entscheidender Faktor im scharfen Wettbewerb der Branche. Gerade, wenn verschiedene Häuser zusammenarbeiten, wie dies beispielsweise bei Agentur- und Druckereileistungen oft der Fall ist, hilft ein gemeinsames Grundverständnis der gesamten Prozesskette, Mehrfacharbeiten und Fehler zu vermeiden. Das Praxistraining „Berater/in für die integrierte Druckproduktion (IHK)“ vermittelt daher in Workshop-Form das gesamte Prozessspektrum von den grundlegenden theoretischen und praktischen Kenntnissen der Druckproduktion, über die Portfoliosteuerung von Produkten und der Dienstleistung bis hin zum perfekten Kundenkontakt. Das von der Druckerei Wolf in Ingelheim gemeinsam mit der IHK für Rheinhessen entwickelte Fortbildungskonzept wendet sich sowohl an Druckerei-Mitarbeiter/innen, die künftig zusätzlich Aufgaben der integrierten Druckproduktion übernehmen sollen, als auch an Mitarbeiter/innen in Werbeagenturen und Verlagen, die ihr fachspezifi-

ches Kno-how vertiefen wollen. Auch für Studierende und andere Personen, die eine berufliche Tätigkeit im Druckgewerbe anstreben, stellt das Praxistraining einen idealen Einstieg in die komplexe Materie dar. Die Teilnehmer erhalten nach erfolgreichem Abschluss des Praxistrainings das IHK-Zertifikat „Berater/in für die integrierte Druckproduktion (IHK)“.

■ **Lehrgangsdauer:** rd. 110 Stunden

■ **Kontakt:** Druckerei Wolf GmbH

Konrad-Adenauer-Str. 36, 55218 Ingelheim

■ **Ansprechpartner:** Thorsten Winterheimer

Tel. (06132) 791 71-24, Fax (06132) 79171 -11

t.winterheimer@wolf-ingelheim.de

### ► Grundlagen der digitalen Medienproduktion (IHK)

Die Entwicklung einer Digitalmedienproduktion erfordert neben Kreativität auch fundierte und aktuelle Kenntnisse im Umgang mit digitalen Medien. Um den technisch-organisatorischen Wandel in Unternehmen mitgestalten zu können, sind Kenntnisse der sich stets verändernden Methoden und Systeme in der Produktion von Bedeutung. Der Lehrgang stellt insoweit eine Ergänzung zu den herkömmlichen Inhalten der Ausbildung zum Medienkaufmann bzw. zur Medienkauffrau dar, bei der der Fokus auf den aktuellen Geschäftsmodellen aus Onlineproduktion und -vertrieb liegt.

■ **Zielgruppe:**

– Angehende Medienkaufleute

– Praktiker in der Medienbranche

■ **Kontakt:** Schott Music GmbH & Co. KG

Weihergarten 5, 55116 Mainz

Telefon: +49 (0) 6131 246-0

E-Mail: info@schott-music.com

www.schott-music.de

■ **Ansprechpartner:** Klaus Schmid

Tel. (06131) 246-425

## ... am Beispiel bundesweit etablierter Lehrgangskonzepte der IHK

Neben den Lehrgangskonzepten, welche die IHKs für den regionalen Bedarf konzipieren und umsetzen, stehen für zahlreiche Themenfelder von allgemeinem Interesse sogenannte „schlanke Konzepte“ zur Verfügung, die gemeinsam mit der örtlichen IHK sehr kurzfristig umgesetzt werden können. Es handelt sich dabei um praxisbewährte Lehrgangskonzepte, die von Branchenfachleuten in der Regel unter Einbeziehung von Fachverbänden erarbeitet wurden und von der DIHK-Bildungs-GmbH, einer Servicegesellschaft der IHKs, verlegt werden. Wie auch die IHK-Zertifikatslehrgänge entsprechen die Konzepte den bun-

deseinheitlichen Qualitätsstandards der IHKs. Die Lehrgangskonzepte können durch Content-Bausteine der IHK-Online-Akademie ergänzt werden.

Unter den zahlreichen DIHK-Lehrgangskonzepten finden sich auch Angebote, die für Unternehmen der Medienwirtschaft interessant sind. Zu nennen sind beispielsweise die Lehrgangskonzepte Fachkraft für Print-Production, Mediaberater/in Radio & TV sowie Print & online, der Radio Profi oder die Fachkraft für audiovisuelle Medientechnik. Nähere Informationen zu diesen wie auch zu weiteren Lehrgangskonzepten gibt die örtliche IHK.

■ **Kontakt:** IHK Rheinhessen, Schillerplatz 7  
55116 Mainz, [www.rheinhessen.ihk24.de](http://www.rheinhessen.ihk24.de)

■ **Ansprechpartnerin:**  
Rita Zwadlo, Tel. (06131) 262-1509  
[rita.zwadlo@rheinhessen.ihk24.de](mailto:rita.zwadlo@rheinhessen.ihk24.de)



## ► Social Media Manager/in (IHK)

Social Media als neuer Kanal für die Unternehmenskommunikation ist ein Thema, das für viele Unternehmen aktuell, aber unübersichtlich ist. Wie funktioniert Social Media eigentlich konkret? Wie verändert sich die Kommunikation mit Social Media und welche Plattformen eignen sich für welche Strategien? Die professionelle Planung und Umsetzung erfordert ein solides Fundament aus technischem, strategischem und kommunikativem Wissen, um Plattformen gezielt auszuwäh-

len und optimal einzusetzen. Der Zertifikatslehrgang „Social Media Manager/-in (IHK)“ vermittelt gezielt die erforderlichen Kompetenzen für die Planung und Umsetzung einer erfolgreichen Social-Media-Strategie. Der Zertifikatslehrgang richtet sich vor allem an Mitarbeiter/innen der Bereiche Kundenmanagement, Marketing, PR und Vertrieb – aber auch an einzelne Fachabteilungen oder die Geschäftsführung sowie an selbstständige Agenturen.



■ **Dauer:** 68 Ustd (Samstag/ Sonntag)

■ **Kontakt:** VHS Mainz,  
Karmeliterplatz 1, 55116 Mainz.

■ **Ansprechpartner:** Daniel Hard  
Tel. (06131) 2625-115, [vhs@vhs-mainz.de](mailto:vhs@vhs-mainz.de),  
[www.vhs-mainz.de](http://www.vhs-mainz.de)

... am Beispiel maßgeschneiderter Praxistrainings in Kooperation mit regionalen Bildungsträgern

### ► Homepage-Consulting (IHK)

Professionelle Beratung bei der Planung einer Homepage erfordert ein solides Fundament aus programmiertechnischem, gestalterischem und kommunikativem Wissen, denn eine Website sollte intuitiv benutzbar sein, ansprechende Farben und Bilder aufweisen, ein zweckdienliches Layout haben und fehlerlos sein.

Der Zertifikatslehrgang "Homepage-Consulting (IHK)" vermittelt die erforderlichen Kompetenzen für die Beratung, Angebotserstellung und Umsetzung einer erfolgreichen Website. Der Zertifikatslehrgang richtet sich an Interessenten, die zukünftig in einer Agentur beratende und gestaltende Aufgaben übernehmen werden sowie an alle, die sich als Consulting-Agentur niederlassen und sich dazu die wesentlichen Grundlagen des Homepage-Consultings fundiert und praxisnah aneignen möchten.

■ **Lehrgangsdauer:** 80 Stunden

■ **Kontakt:** VHS Mainz; Karmeliterplatz 1, 55116 Mainz

■ **Ansprechpartner:** Diane Elbrecht,  
Tel. (06131) 2625-115, [vhs@vhs-mainz.de](mailto:vhs@vhs-mainz.de),  
[www.vhs-mainz.de](http://www.vhs-mainz.de)



### ► Betriebliche Öffentlichkeitsarbeit (IHK)

Im Alltagsgeschäft der „Kommunikationsarbeit“ bleibt keine Zeit, sich der theoretischen Grundlagen zu vergewissern, auf denen das eigene Arbeitsfeld beruht. Fragen danach, welche Vorstellungen wir von den Prozessen menschlicher Kommunikation entwickelt haben oder wie genau die Medien auf ihre Rezipienten wirken, werden im Berufsalltag an den Rand gedrängt. Genau hier setzt die in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung der Johannes Gutenberg-Universität Mainz (ZWW) geplante Qualifizierung an und vermittelt insbesondere Arbeitsweisen für eine erfolgreiche und medienwirksame Kommunikation insbesondere in klein- und mittelständischen Unternehmen. Das Verhalten in Interviewsituationen oder das Abgeben von Statements wird anhand der Fallbeispiele intensiv geübt.

#### ■ Zielgruppe:

- Mittleres Management mittelständischer Unternehmen
- Leiterinnen und Leiter von Non-Profit-Organisationen, beispielsweise aus dem Bildungs-, Sozial-, Kultur- und Gesundheitswesen
- Führungskräfte von Verbänden, Kammern, Vereinen
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Pressestellen
- Mit Kommunikation betraute Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Behörden und öffentlich-rechtlichen Körperschaften

■ **Kontakt:** Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung (ZWW) der Johannes Gutenberg-Universität (JGU) Mainz, Forum 1 / 55099 Mainz

■ **Ansprechpartnerin:** Barbara Lampe  
Tel. 06131 3924118, [info@zww.uni-mainz.de](mailto:info@zww.uni-mainz.de)  
[www.zww.uni-mainz.de](http://www.zww.uni-mainz.de)





## ■ ■ ■ Medienfächer an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz

### Ein bundesweit einmaliges Profil und Potential

Die Johannes Gutenberg-Universität Mainz (JGU) zeichnet sich durch ein bundesweit nahezu einmaliges Profil und Potenzial in den Medienfächern aus. Seit der Einrichtung eines Gutenberg-Lehrstuhls für Buchwissenschaft bereits 1947 und der Begründung des Instituts für Publizistik 1966 sind hier die komplementären Forschungszeige der historisch-hermeneutischen Medialitätsforschung und der empirischen Kommunikationswissenschaft systematisch ausgebaut worden: u.a. durch das Journalistische Seminar (1978), das Institut für Film-, Theater- und empirische Kulturwissenschaft (2011), das Mainzer Medieninstitut (1999) und den Studiengang Medienmanagement (2001).

#### **FORSCHUNGSSCHWERPUNKT MEDIENKONVERGENZ**

Der Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz vereint in einmaliger Vollständigkeit die an der JGU vertretenen Medienfächer Buch-, Film-, Theaterwissenschaft, Publizistik und Journalismus sowie die Querschnittsdisziplinen Medienrecht, -pädagogik, -ökonomie, -psychologie sowie Neurolinguistik und Psychosomatik, um die Disziplinen zu vernetzen und Koopera-

tion zu ermöglichen. Die Medienfächer profitieren vom Medienstandort Mainz und können einerseits auf Partnerschaften mit Unternehmen wie ZDF mit 3SAT und Arte, SWR, den vielen Musik-, Buch- und Zeitungsverlagen oder den zahlreichen Start-Ups zurückgreifen, die sich im nahen Umfeld angesiedelt haben. Andererseits von Kooperationen, u.a. mit der Fachhochschule Mainz, der Zukunftsinitiative Rheinland-Pfalz e.V., der Internationalen Gutenberg-Gesellschaft in Mainz e.V. oder dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels, aber auch mit Partnern aus Wissenschaft und Medien aus dem In- und Ausland.

*Univ.-Prof. Dr. Stephan Füssel  
Stellv. Sprecher des Forschungsschwerpunktes  
Medienkonvergenz*

■ **Infos unter:** [www.uni-mainz.de](http://www.uni-mainz.de)  
[www.medienkonvergenz.uni-mainz.de](http://www.medienkonvergenz.uni-mainz.de)

■ **Kontakt:**  
Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Georg Forster-Gebäude  
Jakob-Welder-Weg 12, 55128 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-223 30,  
[medienkonvergenz@uni-mainz.de](mailto:medienkonvergenz@uni-mainz.de)

### ■ DER BACHELOR-STUDIENGANG (BA)

In einem gestuften Studiensystem nach dem Bachelor-/ Master-Modell stellt der Bachelorstudiengang die erste Stufe dar. Der Bachelorstudiengang ist ein grundständiger Studiengang, der nach einer Regelstudienzeit von meist drei Jahren (sechs Semester) zu einem ersten berufsqualifizierenden Abschluss führt. Zugangsvoraussetzung ist in der Regel je nach Hochschulart die Fachhochschulreife oder die allgemeine Hochschulreife.

### ■ DER MASTER- STUDIENGANG (MA)

Master- und weiterführende Studiengänge setzen einen ersten, qualifizierten Hochschulabschluss voraus. Masterstudiengänge können in forschungsorientierte und stärker anwendungsorientierte Studienangebote eingeteilt werden. Je nach Zugangsvoraussetzung des Masterstudiengangs kann man entweder die Kenntnisse in der Fachrichtung des ersten Hochschulabschlusses vertiefen oder sich ergänzend in einer anderen Fachrichtung qualifizieren.

Des Weiteren ist die Unterscheidung zwischen konsekutiven und weiterführenden Masterstudiengängen relevant. Ein konsekutiver Masterstudiengang gilt zusammen mit einem einschlägigen entsprechenden Bachelorstudiengang als ein grundständiger Studiengang. Deswegen kann ein Studium im konsekutiven Masterstudiengang i.d.R. nach dem Bafög gefördert werden. Die Regelstudienzeit beträgt vier Semester.

## Medienfächer

### ► Publizistik (BA)

Der Bachelorstudiengang Publizistik vermittelt wissenschaftliche Grundlagen, Methodenkompetenz und berufsfeldbezogene Qualifikationen für verschiedene Themenfelder und Arbeitsbereiche.

Die meisten Studierenden streben die Berufsfelder Journalismus, Public Relations bzw. Öffentlichkeitsarbeit, Angewandte Kommunikationsforschung/-lehre und Medienmanagement an. Für diese Aufgaben bietet der Bachelorstudiengang Publizistik eine Grundausbildung. In Grundlagen-Modulen werden publizistikwissenschaftliche Theorien und Forschungsmethoden gelehrt.

Die forschungszentrierten Module (Mediennutzung und Medienwirkung, Politische Kommunikation, Mediengeschichte, -struktur und -recht, Online-Kommunikation und Medien-

konvergenz, Journalismusforschung) vermitteln Grundkenntnisse der wichtigsten publizistikwissenschaftlichen Theorien und Befunde. Ein Schwerpunkt liegt auf der Vermittlung empirischer Methodenkenntnisse sowie der praktischen Anwendung dieser Methoden. In zwei Methoden-Modulen erlernen die Studierenden die Anwendung sozial- und kommunikationswissenschaftlicher Forschungsmethoden (Konzeption von Forschungsprojekten, Datenerhebung und Datenauswertung).

Die Studierenden sollen in die Lage versetzt werden, die Formen der Nutzung von Medien und die psychologischen und gesellschaftlichen Wirkungen der Medien, das Zusammenspiel zwischen Medien und Politik, die Entstehungsgeschichte und Struktur der Medienlandschaft sowie ihre rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen zu verstehen.

Die berufsfeldzentrierten Module (Berufsfeld Journalismus, Berufsfeld Medienwirtschaft & Public Relations) vermitteln Hintergrundwissen und praktische Berufserfahrung in den für die Studierenden in Frage kommenden Berufsfeldern.

#### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Der Bachelor Publizistik soll durch mehrere berufspraktische Elemente (zwei sechswöchige externe Praktika) den Studierenden den Zugang zu den wichtigsten Berufsfeldern sowohl in den klassischen als auch in den neuen Medien ermöglichen.

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Januar (SoSe) und 15. Juli (WiSe)

■ **Kontakt:** Institut für Publizistik

Johannes Gutenberg-Universität Mainz,

Georg-Forster-Gebäude

Jakob-Welder-Weg 12, 55128 Mainz

Tel. (0 61 31) 39-226 70

ifpmail@uni-mainz.de, www.ifp.uni-mainz.de

## ► Audiovisuelles Publizieren (BA-Beifach)

Das Bachelor-Beifach Audiovisuelles Publizieren („AVP“) verbindet in seinem Studienaufbau theoretische und praktische Inhalte, um seine Studierenden bewusst und konsequent auf eine berufliche Tätigkeit im Umfeld der audiovisuellen Medien vorzubereiten (Fernsehen, Filmproduktion, Bewegtbild in Online-Medien). Die praktischen Studienleistungen werden dabei durch die Mitarbeit beim Universitätsfernsehen CampusTV Mainz erbracht. Der Studiengang wird seit 2010/11 vom Journalistischen Seminar angeboten. Gewöhnlich wird er als Beifach zu einem Bachelor in Publizistik oder Filmwissenschaft studiert, kann aber prinzipiell für jedes geistes- oder sozialwissenschaftliches Bachelor-Studium als Beifach gewählt werden. AVP ist NC-beschränkt; pro Studienjahr stehen 16 Studienplätze zur Verfügung.

### Studieninhalte

Das Studium von AVP ist so angelegt, dass die Studierenden in den beiden ersten Semestern die theoretischen und praktischen Grundkenntnisse des audiovisuellen Publizierens erwerben und einüben. Die Vorlesung und die Übungen setzen sich mit den Besonderheiten der visuellen Kommunikation und ihren Untersuchungsmethoden auseinander. Der „Einführungskurs Praxis“ orientiert sich am Leitbild des Videojournalismus und vermittelt die technischen und gestalterischen Grundlagen von Kameraführung und Schnitt. Im „Vertiefungskurs Praxis“ kann dann Kamera oder Schnitt als Wahlpflichtfach gewählt werden.

Im Hauptstudium behandeln die beiden theoretisch ausgerichteten Module „Film- und Kommunikationswissenschaftliche Aspekte des audiovisuellen Publizierens“ Fragen der Gestaltung audiovisueller Medienbeiträge, ihrer öffentlichen Wirkung und ihrer gesellschaftlichen Bedeutung. Alternativ dazu wird für Studierende der Kernfächer Filmwissenschaft und Publizistik das Modul „Dokumentarisches Filmen“ angeboten.

Die beiden praxisorientierten Module des Hauptstudiums sind bei CampusTV Mainz angesiedelt. Die Studierenden produzieren dort zusammen mit den freiwilligen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern und unter der Anleitung von Dozentinnen und Dozenten mit entsprechenden Berufserfahrungen die Sendungen von CampusTV Mainz. Sie drehen als Autoren Filme über selbst recherchierte Themen aus dem Umfeld der Universität, sie übernehmen die redaktionelle Organisation der Sendungen und erledigen Kamera, Ton und Schnitt. Zur notwendigen Ergänzung ihrer Fachkenntnisse werden noch Workshops angeboten, die Fragen der Bildgestaltung und Interviewführung, rechtliche Probleme und andere aktuelle Themen behandeln. Auch müssen alle Studierenden der höheren Semester die Studienanfänger als Tutoren unterstützen.

Die Studierenden von AVP sind in das internationale Studienangebot des Journalistischen Seminars einbezogen. Für sie stehen ebenfalls drei ISAP-Stipendien für ein Auslandssemester an der University of Memphis zur Verfügung, und sie können die englischsprachigen Veranstaltungen der amerikanischen Gastdozentinnen und -dozenten in Mainz besuchen.

Auch können sie an den internationalen Lehrprojekten mit den europäischen Partnern teilnehmen.

Als Bachelor-Beifach bietet AVP keinen eigenständigen Studienabschluss. Das Bachelor-Examen wird im jeweiligen Kernfach abgelegt, der erfolgreiche Besuch von AVP wird dabei mit 60 ECTS bewertet

**Die Module:** Grundlagen des audiovisuellen Publizierens I + II / Filmwissenschaftliche Aspekte des audiovisuellen Publizierens / Kommunikationswissenschaftliche Aspekte des audiovisuellen Publizierens / CampusTV I+II

■ **Berufsfelder:**

Fernsehanstalten, Filmproduktionen, Bewegtbildangebote in Onlinemedien

■ **Zugangsvoraussetzungen:**

Hochschulreife, Numerus Clausus

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Beginn:** jeweils zum Wintersemester

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Juli

■ **Kontakt:** Journalistisches Seminar

Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Domus Universitatis  
Alte Universitätsstraße 17, 55116 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-393 00,  
journal@uni-mainz.de  
www.journalistik.uni-mainz.de

► **Kommunikationswissenschaft (MA)**

Der konsekutive Masterstudiengang Kommunikationswissenschaft vermittelt Kenntnisse komplexer empirischer Methoden der Publizistikwissenschaft. Der Studiengang führt für Absolventinnen und Absolventen des Bachelorstudiengangs Publizistik zu einem weiteren berufsqualifizierenden Abschluss für Berufe in Lehre und Forschung, vor allem in der Markt-, Media- und Meinungsforschung.

In Methoden-Modulen (Datenerhebung, Datenanalyse) werden Kenntnisse der zentralen publizistikwissenschaftlichen Forschungsmethoden aufgefrischt, verbreitert und vertieft sowie weiterführende Kenntnisse (komplexere Forschungsdesigns und Analysemethoden) vermittelt. Ein Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung anspruchsvoller Forschungsdesigns und Analysekonzepte sowie auf der Einübung von Techniken der Datenpräsentation.

Die forschungszentrierten Module (Mediennutzung/Medienwirkung, Politische Kommunikation, Internationale Kommunikation, Journalismus/Journalismusforschung) vermitteln anhand praktischer Fälle vertiefende Kenntnisse der Theorien, Methoden und Befunde. Neben den traditionellen Medien werden moderne, interaktive, multimediale und webbasierte Kommunikationsmedien behandelt. Ziel ist die Ausbildung eines kritischen, medienethischen Reflexionsvermögens durch die Einbindung der Studierenden in langfristige, komplexe Forschungsprojekte.

Die Praxis-Module (Marktforschung/ Mediaforschung, Unternehmenskommunikation/ Public Relations/ Medien-Redaktion) vermitteln den Studierenden Berufserfahrung in den für sie in Frage kommenden Berufsfeldern.

■ **Zugangsvoraussetzungen:** Publizistik (BA)

■ **Beginn:** jeweils zum Wintersemester

■ **Studiendauer:** 4 Semester, Master of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Mai

■ **Kontakt:** Institut für Publizistik

Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Georg Forster-Gebäude  
Jakob-Welder-Weg 12, 55128 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-226 70,  
ifpmail@uni-mainz.de,  
www.ifp.uni-mainz.de

## ► Unternehmenskommunikation/PR (MA)

Der konsekutive Masterstudiengang Unternehmenskommunikation/PR vermittelt eine umfassende Ausbildung im Bereich Unternehmenskommunikation, Public Relations bzw. Öffentlichkeitsarbeit. Die Schwerpunkte liegen auf der Finanzkommunikation und der politischen Kommunikation.

Die Grundlagen-Module werden in zwei Versionen angeboten: Absolventen mit einem BA-Abschluss Publizistik erhalten Grundkenntnisse der Theorien, Modelle und Befunde der Wirtschaftswissenschaften. Absolventen mit einem BA-Abschluss Wirtschaftswissenschaften erhalten Grundkenntnisse der Theorien, Methoden und Befunde der Publizistikwissenschaft. In Schwerpunkt-Modulen (Grundlagen der Unternehmenskommunikation/PR, Integrierte Unternehmenskommunikation, Praxis der Unternehmenskommunikation) werden konzeptionelle Grundlagen der Öffentlichkeitsarbeit, praktische Berufserfahrung im Bereich Unternehmenskommunikation und fachspezifische Spezialkenntnisse vermittelt. Sie ermöglichen es den Studierenden, eigene Kommunikationskonzepte zu entwickeln sowie PR- und Kommunikationsmaßnahmen methodenkompetent und theoriegesättigt zu analysieren.

Besonderen Stellenwert besitzen die projektbezogene Planung, Durchführung und Auswertung von Kommunikationsmaßnahmen und die Praxiserfahrung. Das Hintergrund-Modul (Kommunikationskompetenzen) macht die Studierenden mit Arbeitsweisen und -techniken von Journalisten vertraut und

versetzen sie in die Lage, Beiträge für alle relevanten Medien (u.a. Firmen- und Kundenzeitschriften, Online-Auftritte, TV- und Print-Beiträge) zu gestalten. Die Veranstaltungen der Wahlpflichtmodule zur politischen Kommunikation vermitteln Kenntnisse der Beziehungen zwischen Politik und Medien. Die Veranstaltungen der Wahlpflichtmodule zur Finanzkommunikation vermitteln Kenntnisse der Kapitalmärkte, der Akteure und ihrer Arbeitsfelder.

■ **Zugangsvoraussetzungen:** Publizistik (BA), Wirtschaftswissenschaften (BA)

■ **Beginn:** jeweils zum Wintersemester

■ **Studiendauer:** 4 Semester, Master of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Mai

■ **Kontakt:** Institut für Publizistik  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Georg Forster-Gebäude  
Jakob-Welder-Weg 2, 55128 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-226 70,  
ifpmail@uni-mainz.de,  
www.ifp.uni-mainz.de

## ► Journalismus (MA)

Der Masterstudiengang Journalismus bietet eine wissenschaftlich basierte, aber sehr praxisnahe Ausbildung für eine journalistische Tätigkeit in allen Medien. Er vermittelt damit die bestmöglichen Berufsqualifikationen, um den aktuellen Herausforderungen des Journalismus durch die Medienkonvergenz gerecht zu werden. Die Zulassungsvoraussetzungen sind ein abgeschlossenes Studium an einer Universität oder Fachhochschule (Studienfach spielt keine Rolle), bei dem das erforderliche Sachwissen für ein journalistisches Ressort freier Wahl erworben wurde, und das Bestehen einer Eignungsprüfung.

### Studieninhalte

Im Mittelpunkt des Masterstudiengangs steht die Ausbildung in den Lehrredaktionen der einzelnen Medien. Dort wird anhand praktischer Projektarbeiten und unter Anleitung von Dozenten mit entsprechenden Berufserfahrungen das theoretische Wissen aus den Vorlesungen, Seminaren und Übungen in die Praxis umgesetzt und weiter vertieft. Der Studienplan sieht dabei im ersten Semester die Ausbildung im Zeitungs- und Agenturjournalismus vor, um so die journalistischen Grundkenntnisse einzuüben. Im zweiten Semester folgt die Ausbildung im Zeitschriften- und im Radiojournalismus. Der Fernsehjournalismus bildet den Schwerpunkt des dritten und der Online-Journalismus den des vierten Semesters. In diesem Semester werden dann auch die Erfahrungen und Kennt-

nisse aus den verschiedenen Lehrredaktionen in einem abschließenden Cross-Media-Projekt zusammengeführt.

Diese praxisnahe Ausbildung wird durch zwei theoretisch ausgerichtete Module ergänzt. Im Modul „Publizistik“ müssen die Einführungsvorlesungen in die Publizistik, in das Medienrecht und in die Medienwirtschaft absolviert werden. Im Modul „Medienwissenschaften“ können Wahlpflichtveranstaltungen in der Filmwissenschaft, der Theaterwissenschaft oder der Publizistik besucht werden.

Um das Studium praktisch zu vertiefen, absolvieren die Studierenden in den Semesterferien mindestens zwei journalistische Praktika von jeweils sechs bis acht Wochen Dauer. Das Journalistische Seminar hilft bei der Beschaffung geeigneter Praktikumsplätze. Das Studium wird mit einer Masterarbeit abgeschlossen. Dabei muss innerhalb von acht Wochen eine zeitungs-, radio- oder fernsehjournalistische Arbeit zu einem vorgegebenen Thema konzipiert und angefertigt werden.

Die Lehrveranstaltungen des Masterstudiengangs Journalismus bestehen aus Vorlesungen, Lehrredaktionen, Seminaren und Übungen. Sie werden durch mehrtägige Exkursionen und den Besuch von Presseterminen ergänzt. Bei allen Veranstaltungen ist die Teilnahme Pflicht. Die Vorlesungen geben eine Einführung in die Grundlagen, die Arbeitsweisen und die Darstellungsformen des Journalismus. Sie werden auf dem Campus oder im Medienhaus abgehalten und stehen auch Studierenden anderer Fächer offen. In den Lehrredaktionen wird in Kleingruppen das journalistische Arbeiten eingeübt. Sie finden in der Domus Universitatis statt, an ihnen können

Studierende des Masterstudiengangs teilnehmen. Die Studierenden produzieren hier unter Anleitung eigene Zeitungs-, Zeitschriften-, Radio- und Fernsehbeiträge und redigieren fremde Arbeiten. So lernen sie, als Autoren und Redakteure druckfähige und sendereife Beiträge herzustellen und zu bearbeiten. Das gegenseitige Feedback und die gemeinsame Arbeit fördern und fordern die im Medienbereich notwendige Teamfähigkeit der Studierenden.

Da der Journalismus immer internationaler wird, unterstützt das Journalistische Seminar seine Studierenden auch darin, Auslandserfahrungen zu sammeln. Im Rahmen der vom DAAD geförderten ISAP-Partnerschaft mit dem Department of Journalism an der University of Memphis stellt es jedes Jahr drei Stipendien für ein Auslandssemester in Memphis bereit. Auch bieten die amerikanischen Gastdozenten in jedem Sommersemester eine englischsprachige Lehrveranstaltung zu aktuellen Fragen des Journalismus an. Weiterhin haben die Studierenden die Gelegenheit, sich an internationalen Lehrprojekten zu beteiligen, die mit europäischen Partnern durchgeführt werden.

Der Masterstudiengang ist aus zehn Modulen aufgebaut, die unterschiedliche Bereiche des Journalismus behandeln. Um den Abschluss „Master of Arts“ zu erreichen, müssen die Studierenden durch den Besuch von Vorlesungen, Lehrredaktionen und Übungen aus diesen Modulen, durch zwei mindestens sechswöchige Redaktionspraktika und eine Abschlussarbeit 120 ECTS – Kreditpunkte erwerben.

**Die Module:** Grundlagen des Journalismus / Presse / Radio / Fernsehen/ Crossmedia I und Crossmedia II / Publizistik / Medienwissenschaften / Redaktionspraktika / Masterprüfung.

■ **Berufsfelder:**

Journalistische Tätigkeiten in allen Medien

■ **Zugangsvoraussetzungen:** abgeschlossenes Studium an einer Universität oder Fachhochschule sowie eine Bachelor-Abschluss (Note: mindestens 2,0) sowie eine bestandene Eignungsprüfung

■ **Beginn:** jeweils zum Wintersemester

■ **Studiendauer:** 4 Semester, Master of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Mai

■ **Termin der zweitägigen Eignungsprüfung 2014:** 16. und 17. Juni

■ **Kontakt:** Journalistisches Seminar  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Domus Universitatis  
Alte Universitätsstraße 17, 55116 Mainz  
Tel. (06131) 39-393 00,  
journal@uni-mainz.de,  
www.journalistik.uni-mainz.de

## ► Medienmanagement (MA)

Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Rundfunk, Musik, Film und Internet – die Medien sind ein facettenreicher, dynamischer Wirtschaftssektor und Arbeitsmarkt: Die digitale Revolution, ein sich beschleunigt änderndes Mediennutzungsverhalten und neue Kommunikationsanforderungen der werbungstreibenden Industrie führen zu turbulenten Entwicklungen auf den Medienmärkten und stellen neue Managementherausforderungen dar.

Das Geschäft mit Informationen, Bildung, Unterhaltung und Kommunikation folgt eigenen Regeln und Gesetzen, die es zu verstehen gilt, wenn Medienzukunft gestaltet werden soll. Sie wird verwirklicht im Zusammenspiel der Kreativen und derer, die die wirtschaftliche, organisatorische und technologische Seite verantworten. Ohne ein Verständnis der medialen Entstehungsbedingungen und Wirkungen können Medienmanager dieses Zusammenspiel nicht erfolgreich gestalten.

Ziel des Masterstudiengangs Medienmanagement ist es, Studierende als Führungsnachwuchs für alle Medienunternehmen und mediennahen Institutionen oder für eine wissenschaftliche Laufbahn in der medienwirtschaftlichen Forschung und Lehre zu qualifizieren.

Potenzielle Arbeitgeber sind unter anderem Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Rundfunksender, Musik- und Buchverlage, Internetunternehmen, Produktionsgesellschaften, Werbe-, Media- und Marktforschungsagenturen sowie auf den Medienbereich fokussierte Unternehmensberatungen.

Der Master in Medienmanagement ist als konsekutiver Studiengang konzipiert, Voraussetzung ist ein Bachelor Publizistik.

Die Studierenden lernen anhand von Veranstaltungen aus den Bereichen Marketing, Controlling, Recht, Journalismus, Publizistik sowie medienwissenschaftlicher Fächer wie Buch-, Film-, Musik- und Theaterwissenschaft die Besonderheiten der Medien und ihrer Märkte kennen. Darüber hinaus erlernen sie projektbezogenes Arbeiten, das Präsentieren eigener Ergebnisse und Teamfähigkeit. Ein obligatorisches Praktikum in einem Medienunternehmen und ein optionaler Auslandsaufenthalt bei einer unserer Partneruniversitäten runden die Ausbildung ab.

Die Studierenden bekommen somit alle Fähigkeiten vermittelt, die für ein erfolgreiches Handeln in der Medienwelt nötig sind.

### ■ **Berufsfelder:**

Unternehmen und Institutionen der Medienwirtschaft: Zeitungs- und Zeitschriftenverlage, Fernseh- und Hörfunksender, Musik- und Buchverlage, Internetunternehmen, Produktionsgesellschaften, Werbe-, Media- und Marktforschungsagenturen

### ■ **Zugangsvoraussetzungen:**

Publizistik (BA)

### ■ **Beginn:** jeweils zum Wintersemester

### ■ **Studiendauer:** 4 Semester

Master of Arts

### ■ **Bewerbungsschluss:** 15. Mai

### ■ **Kontakt:** Publizistik – Medienmanagement

Johannes Gutenberg-Universität Mainz,

Georg Forster-Gebäude

Jakob-Welder-Weg 12, 55128 Mainz

Tel. (061 31) 39-226 70,

ifpmail@uni-mainz.de,

www.ifp.uni-mainz.de

## ► Buchwissenschaft (BA)

Der B. A. Studiengang „Buchwissenschaft“ umfasst Module aktueller und historischer buchwissenschaftlicher Forschungsfragen aus allen Bereichen der Produktion, der Distribution und der Rezeption von Literatur. Als ein kultur- und medienwissenschaftlich orientierter Studiengang werden die geistigen und ökonomischen Prozesse analysiert, die auf das Kultur- und Wirtschaftsgut Buch einwirken, ebenso werden die Struktur des Buchhandels und die Mechanismen des Buchmarktes gelehrt.

Sowohl in historischer als auch in aktueller Hinsicht werden die medialen Umbrüche analysiert, die Einfluss auf die Position des Buches im Markt und in der Gesellschaft spielen. Die Analyse der medienspezifischen Aspekte im sozialen und kulturellen Wandel führt zu einer Einordnung buchwissenschaftlicher Probleme in größere Kontexte, wie Wirtschafts-, Geistes-, Literatur-, Kunst- und Mediengeschichte. Der erforderliche interdisziplinäre Ansatz wird durch Module mit Lehrveranstaltungen zum Medienrecht, zu literaturwissenschaftlichen, kunsthistorischen und ökonomischen Ergänzungsfächern aus allen geistes-, medien-, kultur- und sozialwissenschaftlichen Fächern der Johannes Gutenberg-Universität Mainz verstärkt.

Über die fachspezifischen Inhalte hinaus ist aufgrund der jeweils zu erbringenden Studienleistung gewährleistet, dass Schlüsselqualifikationen für eine berufliche Praxis erworben werden. Ein berufspraktisches Modul ist bis zum 5. Semester

zu erbringen, das eine vertiefte Kenntnis über Berufsfelder und Einübung in berufsrelevante Fähigkeiten mit sich bringt.

Im 6. Semester zeigt eine 9-wöchige Bachelorarbeit, inwieweit die theoretische Aufarbeitung der Buchmarktphänomene und die notwendige Praxiskenntnis zu selbstständiger wissenschaftlicher Analyse führen.

Zur Einführung: Füssel, Stephan/Norrick-Rühl, Corinna: Einführung in die Buchwissenschaft. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2013

■ **Zugangsvoraussetzungen:** Abitur, in Ausnahmefällen Oberstufenreife und einschlägige Ausbildung (besondere Beratung notwendig), Numerus Clausus

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Kontakt:** Buchwissenschaft  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Philosophicum

Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz

Tel. (06131) 39-225 80

sekretariat-buchwissenschaft@uni-mainz.de,

www.buchwissenschaft.uni-mainz.de



## ► BA Buchwissenschaft als Beifach

Das Ergänzungsfach Buchwissenschaft kann zu allen geistes-, kultur-, medien- und sozialwissenschaftlichen BA-Studiengängen dazu gewählt werden. Es werden einzelne Module aus dem Kernfach herausgenommen, die dementsprechend aufeinander aufbauend die Spezifika des Faches vermitteln.

## ► Buchwissenschaft (MA)

Der Masterstudiengang Buchwissenschaft verbindet forschungsorientierte Fragestellungen mit Praxisangeboten. Er setzt einen BA in Buchwissenschaft oder in einem verwandten Studiengang voraus. Im ersten Studienjahr werden die Studierenden mit den aktuellen Forschungsproblemen intensiv vertraut gemacht, wobei sowohl Themen der Buchgeschichte (z. B. Frühdruckforschung, der Buchhandel der Aufklärung, Kinder- und Jugendbuch) als auch aktuelle Fragestellungen behandelt werden (z. B. Verlage als Medienunternehmen).

Einzelne Lehrveranstaltungen thematisieren bewusst den Zusammenhang von historischen und aktuellen Forschungsfeldern (z. B. thematisiert das Seminar „Publikationsprozesse“ Autor-Verleger-Beziehungen im historischen Kontext ebenso wie bei aktuellen Open-Access-Prozessen). Zugleich werden Lehrveranstaltungen angeboten, die sich der Analyse

konkreter Phänomene des Buchmarktes widmen (Typografie, Herstellung, wissenschaftliches und belletristisches Lektorat, Werbung, Vertrieb, elektronisches Publizieren, Verlagsrecht).

In einer Projektphase konzentrieren sich im zweiten Studienjahr die Studierenden auf Forschungsschwerpunkte, die im Zentrum der wissenschaftlichen Diskussion stehen, andererseits werden sie durch intensive Betreuung angehalten, eigene Forschungsanliegen zu formulieren und in der viermonatigen Masterarbeit zu bearbeiten.

Daneben wird den Studierenden die Möglichkeit geboten, in einer Zusatzqualifikation Fremdsprachenkenntnisse zu vertiefen oder sich durch die Wahl von Lehrveranstaltungen aus einer Nachbardisziplin der Buchwissenschaft Kenntnisse über buchaffine kulturwissenschaftliche Themen zu verschaffen. Der MA ist national und international vernetzt durch Kontakte zu den weitesten Hochschulen, die Book Studies anbieten.

Zur Einführung: Füssel, Stephan/Norrick-Rühl, Corinna: Einführung in die Buchwissenschaft. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 2013

### ■ **Berufsfeldorientierung:**

Der Master Buchwissenschaft soll den Studierenden den Berufseinstieg z. B. im Lektorat, in den Bereichen Werbung, Vertrieb und Öffentlichkeitsarbeit, aber auch im Buchhandel, speziell in Leitungsfunktionen und Stabsstellen größerer Häuser, auch im Bereich des Event-Marketings ermöglichen. Hinzu kommen Tätigkeiten bei Gesellschaften der Leseförderung, allgemeinen Literaturinstitutionen oder Literaturhäusern, ebenso wie in Museen, Archiven, Bibliotheken, aber auch in den Redaktionen und Agenturen von Zeitung, Hörfunk und Fernsehen.

■ **Zugangsvoraussetzungen:** BA Buchwissenschaft oder in einem verwandten Studiengang – mit einer Gesamtnote von besser als 2,5.

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 4 Semester, Master of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. November (SoSe) und 15. Mai (WiSe)

■ **Kontakt:** Institut für Buchwissenschaft  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz  
Tel. (061 31) 39-225 80  
sekretariat-buchwissenschaft@uni-mainz.de,  
www.buchwissenschaft.uni-mainz.de

## ► Medienrecht (LL.M.)

### Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht

Ein Ausbildungsangebot mit interdisziplinärem Zuschnitt: Rheinland-Pfalz und seine Landeshauptstadt Mainz, Sitz des ZDF und des Südwestrundfunks, gehören zu den bedeutendsten Rundfunkstandorten Deutschlands. Der Einfluss der elektronischen Medien auf die gesamtgesellschaftlichen Entwicklungen nimmt rasant zu.

Das Mainzer Medieninstitut sieht seine Aufgabe – auch aufgrund des damit verbundenen wirtschaftlichen Wachstumspotenzials – darin, diese Position im Interesse des Landes und der ansässigen Veranstalter zu festigen und soweit wie möglich auszubauen.

Es stellt den bestehenden politischen und gesetzgeberischen Zuständigkeiten eine rechtswissenschaftlich orientierte Einrichtung zur Seite und will gleichzeitig den in Mainz ansässigen Rundfunkveranstaltern ein zukunftsorientiertes Forum eröffnen.

Der Masterstudiengang baut auf der allgemeinen juristischen Ausbildung auf und vermittelt vertiefte Kenntnisse auf dem Spezialgebiet des Medienrechts im weitesten Sinne. Das Studium beinhaltet neben den Grundlagen in den wichtigsten Bereichen des Medienrechts auch Einblicke in Randbereiche und behält den Praxisbezug immer im Auge. Dabei werden auch kommunikations- und politikwissenschaftliche sowie journalistische und publizistische Aspekte in den Studiengang integriert. Der Zweck des Studienganges bestimmt des-

sen Aufbau. Die Unterteilung in Pflicht- und Wahlpflichtmodule garantiert eine umfassende Ausbildung und ermöglicht daneben individuelle Schwerpunktsetzung.

Seit dem Wintersemester 2007/08 wird im Rahmen des Weiterbildungsstudiengangs Medienrecht auch ein anwaltspezifischer Fachlehrgang angeboten. Dieser umfasst alle nach § 14 j FAO erforderlichen theoretischen Kenntnisse im Urheber- und Medienrecht. Bundesweit ist dies das einzige Angebot, bei dem gleichzeitig die theoretischen Kenntnisse für den Fachanwalt sowie ein akademischer Titel (LL.M.) im Medienrecht erworben werden können.

#### Adressaten

Der Weiterbildungsstudiengang richtet sich vor allem an Absolventen der rechts- bzw. wirtschaftswissenschaftlichen Fakultäten, die Kenntnisse in den verschiedenen Bereichen des Medienrechts erwerben oder vertiefen wollen.

Es besteht die Möglichkeit, die reguläre Studiendauer von zwei Semestern flexibel zu verlängern. Dies erlaubt es insbesondere Berufstätigen und Referendaren, den Weiterbildungsstudiengang auch begleitend neben einer anderen Tätigkeit zu absolvieren.

#### ■ Zugangsvoraussetzung:

Erstes Juristisches Staatsexamen oder ein gleichwertiger Studienabschluss an einer Hochschule in Deutschland oder im Ausland und mindestens ein halbes Jahr Berufserfahrung auf juristischem Gebiet oder im Medienbereich oder Aufnahme des juristischen Vorbereitungsdienstes. Die Zahl der Studienplätze ist beschränkt. Für das erste und zweite Semester fallen jeweils 1.900 Euro Gebühren an, für jedes Verlängerungssemester 950 Euro.

#### ■ Beginn: jeweils zum Wintersemester

■ **Studiendauer:** 2 Semester, Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht sowie LL.M.

#### ■ Bewerbungsschluss: 30. Juni

■ **Kontakt:** Mainzer Medieninstitut  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Haus Recht und Wirtschaft II  
Jakob-Welder-Weg 4 , 55128 Mainz  
Tel. (0 61 31) 144 92 50  
info@mainzer-medieninstitut.de,  
www.mainzer-medieninstitut.de

## ► Filmwissenschaft (BA)

Filmwissenschaft bietet keine künstlerisch-praktische Ausbildung, sondern beschäftigt sich mit Geschichte, Ästhetik und Theorie von Film, Fernsehen und Neuen Medien im internationalen Spektrum.

Das Fach kann im Bachelor-Studiengang als Kernfach Filmwissenschaft studiert werden und als Beifach „Kultur – Theater – Film“. Kernfach wie Beifach umfassen u. a. Module aus den Bereichen Filmanalyse, Filmgeschichte, Filmtheorie, Dramaturgien der Genres und Formate, nationale Kinematographien und Individualstile. Zudem werden intermediale Phänomene behandelt. Im Kernfach wird im Rahmen des „Filmischen Modellversuchs“ ein Kurzfilm erstellt. Im Beifach, das gemeinsam von den Fächern Filmwissenschaft, Theaterwissenschaft und Kulturanthropologie angeboten wird, sind neben den spezifisch filmwissenschaftlichen Lehrveranstaltungen auch interdisziplinäre Vorlesungen und Seminare und Lehrveranstaltungen der Theaterwissenschaft und der Kulturanthropologie Teil des Studienplans.

Die Studierenden sollen ausgebildet werden, Film als synästhetisches Medium und als Kunstform der Moderne analysieren und verstehen zu können, filmhistorische Makroanalysen und filmästhetische Mikroanalyse produktiv zu verbinden, und sie sollen Einblicke erhalten in die Problematik und historische Relativität von ästhetischen Werturteilen.

Im Anschluss an ein Bachelor-Studium in Film- oder Medienwissenschaft kann der Masterstudiengang „Filmwissen-

schaft / Mediendramaturgie“ studiert werden, wahlweise mit filmwissenschaftlichem oder mediendramaturgischem Schwerpunkt.

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Januar (SoSe) und 15. Juli (WiSe)

■ **Kontakt:** Institut für Film-, Theater- und empirische Kulturwissenschaft  
Filmwissenschaft  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Medienhaus  
Wallstraße 11, 55122 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-317 20,  
[www.uni-mainz.de/film](http://www.uni-mainz.de/film)

## ► Mediendramaturgie (MA)

Der Mainzer Masterstudiengang Mediendramaturgie vermittelt vertiefende Kenntnisse in der Geschichte, Ästhetik und Theorie der audiovisuellen Medien mit einem deutlichen Schwerpunkt im Bereich Film.

Gestützt durch medienpraktische Arbeiten befähigt er zur kritisch reflektierenden Erfassung und Modellierung der gegenwärtigen Formen der internationalen Medienkultur. Die Absolvent/innen sollen nach dem zweijährigen Studium vorbereitet sein für eine Tätigkeit, die flexible Kompetenzen im Umgang mit audiovisuellen Medien fordert. Voraussetzung zum Studium ist der Bachelor im Kernfach Filmwissenschaft im integrierten Mainzer Studienbereich Kultur/Theater/Film, im Beifach Filmwissenschaft oder ein gleichwertiger Studienabschluss in einem verwandten film-, kunst- oder medienwissenschaftlichen Fach mit mindestens 50 Kreditpunkten im Bereich Film, Fernsehen und Neuen Medien an einer Hochschule in Deutschland oder im Ausland.

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 4 Semester, Master of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Januar (SoSe) und 15. Juli (WiSe)

■ **Kontakt:** Institut für Film-, Theater- und empirische Kulturwissenschaft  
Mediendramaturgie  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Medienhaus  
Wallstraße 11, 55122 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-317 20,  
[www.fb05.uni-mainz.de/mediendramaturgie](http://www.fb05.uni-mainz.de/mediendramaturgie)

## ► Kulturanthropologie/Volkskunde (BA)

Zentrales Arbeitsfeld dieses Faches ist die Analyse kultureller Phänomene und Prozesse innerhalb der eigenen Gesellschaft. Ein Kulturbegriff „im weitesten ethnographischen Sinne“ (E. B. Tylor) dient als Ausgangspunkt.

Im kontrastiven Vergleich zwischen „Eigenem“ und „Fremdem“ geht es vor allem darum, kulturelle Ordnungssysteme des Alltags in Vergangenheit und Gegenwart zu verstehen. Wie Menschen ihr Zusammenleben gestalten, welche Bilder sie von sich und ihrer Umwelt entwerfen und mit welcher materiellen Ausstattung sie ihr Dasein organisieren, sind zentrale Gegenstände des Faches.

Da sich diese Fragen auf die Lebenswelt von Menschen in eher komplexen Gesellschaften konzentrieren, kommt den für diese typischen Kommunikations- und Vermittlungsprozessen eine besondere Bedeutung zu. So ist die Medialität des Alltags ein zentrales Thema der inhaltlichen Auseinandersetzung: Die vielfältig medial organisierte Produktion kultureller Zusammenhänge hat bereits in den historischen Schriftkulturen eine fundamentale Bedeutung, erfährt aber gegenwärtig eine Intensivierung durch die digitale Revolution und die damit zusammenhängenden Effekte medialer Konvergenz. Sie verändern in Zeiten des Web 2.0 auch die Formen alltagskultureller Praxis tiefgreifend. Die historisch informierte Einordnung dieser Phänomene ist gleichermaßen Gegenstand des Studienganges wie ihre empirische Erkundung.

### ■ Berufsfeldorientierung:

Aufgrund der örtlichen Bedingungen lassen sich der Medienbereich und sämtliche Formen der Öffentlichkeitsarbeit als wichtige Berufsfelder für Mainzer Absolvierte benennen. Dieser Beifachstudiengang sichert für verschiedene Kernfächer bei Interesse an einer Beschäftigung in den Medien eine Zusatzkompetenz. Daneben sind die Studieninhalte auch für angehende Museumswissenschaftler attraktiv, wobei in diesem Fall zu einer Fächerkombination mit der Kunstgeschichte-, Ur- und Frühgeschichte oder Geschichte empfohlen wird.

■ **Zugangsvoraussetzungen:** Zwei moderne Fremdsprachen (eine davon Englisch), i.d.R. Abitur.

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Januar (SoSe) und 15. Juli (WiSe)

### ■ Kontakt:

Institut für Film-, Theater- und empirische Kulturwissenschaft  
Kulturanthropologie/Volkskunde  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18,  
55128 Mainz

Dr. Thomas Schneider

Tel. (06131) 39-233 64

tjas@uni-mainz.de,

www.kulturanthropologie.uni-mainz.de

## ► Theaterwissenschaft (BA)

Im Rahmen des Studiengangs Theaterwissenschaft wird Theater in seinen vielfältigen Erscheinungsformen (Schauspiel, Oper, Tanz, Performance, rituelles Spiel, Fest- und Alltagskultur) als kulturelle Praxis in Vergangenheit und Gegenwart untersucht.

Theaterwissenschaft setzt dabei historisches und theoretisches Wissen mit dramaturgischen und analytischen Fragestellungen in Beziehung. Als historische Kultur- und Medienwissenschaft steht die systematische Analyse szenischer Vorgänge und ihrer medialen Vermittlung im Mittelpunkt der fachspezifischen Forschung und Lehre.

Die Lehrveranstaltungen eröffnen historische, analytische und theoretische Perspektiven auf theatrale Phänomene und vermitteln grundlegende Kenntnisse der europäischen Theater- und Kulturgeschichte. Bereits in der Einführungsphase wird das Bewusstsein sowohl für fachspezifische Inhalte als auch für eine interdisziplinäre Erweiterung des Blickfeldes im Hinblick auf kulturwissenschaftliche Fragestellungen geweckt.

Übungen dienen der praktischen Erarbeitung von Theater- oder Medienprojekten sowie der (berufs-)praktischen Orientierung und erproben die Übertragung wissenschaftlicher Inhalte auf mögliche Praxisfelder (dramaturgische Übung, medienpraktische Übungen, szenisches Projekt, theaterpraktische Übungen und Workshops im Rahmen der Summer School (s.u.), theaterpädagogische Übungen, Berufsfelder der Theaterwissenschaft o.ä.).

Theaterwissenschaft kann als Kern- und Beifach im integrierten Studienbereich KulturTheaterFilm an der Johannes Gutenberg-Universität Mainz studiert werden.

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Januar (SoSe) und 15. Juli (WiSe)

■ **Kontakt:** Institut für Film-, Theater- und empirische Kulturwissenschaft  
Theaterwissenschaft  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz  
Tel. (06131) 39-237 75  
sekthea@uni-mainz.de,  
www.theaterwissenschaft.uni-mainz.de

## ► Performance und Media Studies

Die jährlich stattfindende Summer School des Internationalen Promotionsprogramms (IPP) „Performance and Media Studies“ bildet auch im Studienfach Theaterwissenschaft eine wichtige Schnittstelle, über die Studierende schon früh an Forschungsfragen und Austausch im internationalen Kontext herangeführt werden sollen.

An der Johannes Gutenberg-Universität Mainz erfüllt die englischsprachige Summer School des IPP „Performance and Media Studies“ mit ihrem Fokus auf kultur- und medienwissenschaftlichen Fragestellungen eine wichtige Aufgabe hinsichtlich der angestrebten Internationalisierung der Hochschule und bietet ein lebendiges Forum für den internationalen Austausch.

Jährlich nimmt das IPP „Performance and Media Studies“ zum Wintersemester zehn Doktoranden auf.

■ **Bewerbungsschluss:** 1. Mai

Bewerbungen hierfür und für die Summer School können per Post oder E-Mail an das IPP-Office gerichtet werden.

■ **Kontakt:** IPP „Performance and Media Studies“

Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz  
Tel. (06131) 39-255 07  
performedia@uni-mainz.de,  
www.performedia.uni-mainz.de

► **Integrierter Studienbereich**  
**Kultur Theater Film**

**BA „Kulturanthropologie/Volkskunde“**

**BA „Theaterwissenschaft“**

**BA „Filmwissenschaft“**

Der integrierte Studienbereich *KulturTheaterFilm* wird von den Fächern Kulturanthropologie/Volkskunde, Theaterwissenschaft und Filmwissenschaft gemeinsam angeboten. Innerhalb des Studienbereichs belegen die Studierenden eines der drei Fächer als Schwerpunkt; die Einschreibung erfolgt fachspezifisch.

Das Studium besteht aus gemeinsamen Lehrveranstaltungen, in denen z.B. Grundlagen der Kulturanalyse vermittelt werden, und aus fachspezifischen Veranstaltungen der drei Studiengänge. In ihnen werden die historischen, theoretischen und methodologischen Grundlagen der einzelnen Fächer vermittelt sowie aktuelle Forschungsfragen erörtert. Die Integration von kulturwissenschaftlichen und medienwissenschaftlichen Fragestellungen soll folglich – neben der Anbindung von Ästhetik an kulturelle Praxis – auch die Studierenden als Interpreten von kulturellen Praktiken und Performances im Alltag sowie von ästhetischen Phänomenen (von Theater, Hörspiel, Film, Fernsehen und anderen audiovisuellen Medien) darin schulen, die leibgebundene Subjektivität der Erfahrung im Akt der Interpretation zu reflektieren.

Ein sich ständig verändernder Arbeitsmarkt erfordert von Studierenden und Absolventen ein Höchstmaß an intellektueller Flexibilität. Der integrierte und zugleich fachspezifisch angelegte Studienbereich *KulturTheaterFilm* will solche Kompetenzen vermitteln: Techniken des kultur- und medienwissenschaftlichen Arbeitens; interdisziplinäres Denken; Vertrautheit mit den Grundlagen und den wesentlichen Gegenstands- und Forschungsbereichen der drei Fächer; Selbstreflexion des wissenschaftlichen Arbeitens in der Auseinandersetzung mit anderen Disziplinen und Hinführung zu den sich überlappenden Berufsfeldern im modernen Kultur- und Medienbetrieb.

Alle drei Studiengänge (Kulturanthropologie/Volkskunde, Theaterwissenschaft und Filmwissenschaft) können sowohl im BA-Kern- als auch BA-Beifach studiert werden.

Eine BA-Kombination aus zwei Fächern des Studienbereichs (Kernfach/Beifach) ist nicht möglich.

■ **Berufsfeldorientierung des Studiengangs:**

Die Fächer des integrierten Studienbereichs bilden für Berufe im Kultur- und Medienbereich, z.B. in Theater, Film, Fernsehen, Hörfunk, Journalismus und Museen aus. Das Studium wird durch berufspraktische Elemente (szenische bzw. filmische Projekte sowie externe Praktika) ergänzt.

■ **Beginn:** jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Januar (SoSe) und 15. Juli (WiSe)

■ **Kontakt:** Institut für Film-, Theater- und empirische Kulturwissenschaft

Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz

Sandra Keßler M.A.

Tel. (06131) 39-21036

[www.kulturtheaterfilm.uni-mainz.de/21.php](http://www.kulturtheaterfilm.uni-mainz.de/21.php)

Bereich Kulturanthropologie/Volkskunde

Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz

Studienberatung:

Dr. Thomas Schneider

Tel. (06131) 39-233 64

[tjas@uni-mainz.de](mailto:tjas@uni-mainz.de)

[www.kulturanthropologie.uni-mainz.de/](http://www.kulturanthropologie.uni-mainz.de/)

Bereich Theaterwissenschaft

Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz

Tel. (06131) 39-237 75

[sekthea@uni-mainz.de](mailto:sekthea@uni-mainz.de)

[www.theaterwissenschaft.uni-mainz.de](http://www.theaterwissenschaft.uni-mainz.de)

Bereich Filmwissenschaft  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Medienhaus  
Wallstraße 11, 55122 Mainz  
Tel. (06131) 39-317 20  
rkern@uni-mainz.de  
www.uni-mainz.de/film/kontakt.html

Dialog, Kanon und Literaturverfilmung, philologische Film- und Medienanalyse sowie Fragestellungen zum medialen Wandel im Zeitalter der Digitalisierung (Stichwort: Transparenzgesellschaft) behandelt.

Neben einem Medien- und Filmarchiv bietet die Arbeitsstelle für literarische Filmpraxis (ALF) mit Schnitt- und Sichtplatz die notwendige Infrastruktur für germanistisch-medienorientierte Forschungs- und Abschlussarbeiten.

Zugangsvoraussetzung für den MA Germanistische Literaturwissenschaft ist ein Bachelor in Germanistik.

■ **Kontakt:** Deutsches Institut  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Philosophicum  
Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz  
Tel. (06131) 39-267 89,  
sekdtinst@uni-mainz.de  
www.germanistik.uni-mainz.de

## ► Germanistische Medienwissenschaft

Die philologischen Studiengänge BA Germanistik (Kernfach oder Ergänzungsfach) und MA Germanistische Literaturwissenschaft bieten im Rahmen des Studienbereichs der Neuen Deutschen Literaturgeschichte einen medienwissenschaftlichen Schwerpunkt.

In medienwissenschaftlich ausgerichteten Seminaren erwerben Studierende Schlüsselqualifikationen wie etwa die Analyse hybrider Diskursformationen und Medienkonstellationen sowie technische und ästhetische Medienkompetenzen.

Am Lehrstuhl für Germanistische Medienwissenschaft und Ästhetik der textorientierten Medien wird hierzu intensiv ein reflektierend-analytischer Zugang zu dem intermedialen und transmedialen Zusammenspiel von Literatur und Kunstformen (Musik, Bildende Kunst, Film) gepflegt. Als zentrale Forschungsfelder werden Intermedialität und Kunstformen im

■ **Beginn:** Germanistik (BA): jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 6 Semester, Bachelor of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. Januar (SoSe) und 15. Juli (WiSe)

■ **Beginn:** Germanistische Literaturwissenschaft (MA): jeweils zum Sommer- und Wintersemester

■ **Studiendauer:** 4 Semester, Master of Arts

■ **Bewerbungsschluss:** 15. November (SoSe) und 15. Mai (WiSe)

## ► Medienzentrum der Universität

Das Medienzentrum ist eine zentrale Beratungs- und Ausbildungseinrichtung der Johannes Gutenberg-Universität Mainz, die alle Universitätsangehörigen bei audiovisuellen Medienprojekten berät und bei Bedarf mit Know-how und Technik unterstützt. Ausbildung für Studierende leistet das Zentrum beispielsweise durch medienpraktische Lehrexporte, die einzelne Fächer in ihre Lehre einbinden können. Lehrende erhalten Beratung, Fortbildung und Unterstützung im Hinblick auf den Medieneinsatz in der Lehre und bei der Umsetzung audiovisueller Projekte. Darüber hinaus bietet das Zentrum die Produktion von Forschungsdokumentationen, Lehrfilmen, E-Lectures und Imagefilmen an. Als Core Facility des Forschungsschwerpunkts Medienkonvergenz ist das Zentrum auch in die medien- und kommunikationswissenschaftliche Forschung an der JGU eingebunden.

■ **Aktuelle Kursangebote:**

E-Learning-Schulungen für Lehrende; u.a. Lernmodule erstellen mit Adobe Captivate.  
Weitere Kurse nach Absprache.

■ **Kontakt:** Medienzentrum

Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Medienhaus,  
Wallstraße 11, 55122 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-317 00,  
[www.medienzentrum.uni-mainz.de](http://www.medienzentrum.uni-mainz.de)

► **Campus-TV**

Das Universitätsfernsehen CampusTV Mainz ist 1999 aufgrund einer gemeinsamen Initiative des Studiums Generale, der Filmklasse Kunsthochschule Mainz, der Filmwissenschaft, der Journalistik, der Publizistik und der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der JGU entstanden. Die Ziele waren und sind bis heute: Die Außen- und Innendarstellung der Universität und die Möglichkeit für alle Studierenden, erste Erfahrungen auf dem Gebiet der Audiovisuellen Medien zu sammeln. CampusTV Mainz produziert während der Vorlesungszeiten in jedem Monat zwei 30-Minuten-Sendungen. Das Format „CampusTV Magazin“ berichtet über Forschung und Lehre an der JGU sowie über das studentische Leben innerhalb und außerhalb der Universität. Das Format „CampusTV Spezial“ zeigt Filme, die als Studienleistungen von den verschiedenen Medienfächern produziert wurden (AVP, Filmklasse, Filmwissenschaft, Mediendramaturgie, Journalismus). Die Erstausstrahlungen laufen immer freitags um 18.30 Uhr bei OK:TV Mainz. Die Wiederholungen werden dort jeden Dienstag und Donnerstag um 19.30 Uhr gezeigt. Außerdem sind die Sendungen unter [www.campus-tv.uni-mainz.de](http://www.campus-tv.uni-mainz.de) als Webstream abrufbar. Die Sendungen von CampusTV Mainz werden von den Studierenden des BA-Beifachs Audiovisuelles Publizieren produziert, die dabei von Dozenten mit entsprechenden Fernseherfahrungen angeleitet werden. Nach wie vor können sich aber auch Studierende aller Fächer freiwillig bei CampusTV Mainz betei-

ligen und so erste Einblicke in die Produktion von Fernsehbeiträgen sammeln.

CampusTV Mainz ist organisatorisch an das Medienzentrum der JGU angebunden, für die journalistische Betreuung ist das Journalistische Seminar verantwortlich.

■ **Kontakte:**

Campus TV Mainz  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Medienhaus  
Wallstraße 11, 55122 Mainz  
Tel. (0 61 31) 39-317 43  
[campus-tv@uni-mainz.de](mailto:campus-tv@uni-mainz.de)  
[www.campus-tv.uni-mainz.de](http://www.campus-tv.uni-mainz.de)

Journalistisches Seminar  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz,  
Domus Universitatis  
Alte Universitätsstraße 17, 55116 Mainz  
Tel. (06131) 39-393 00  
[journal@uni-mainz.de](mailto:journal@uni-mainz.de), [www.journalistik.uni-mainz.de](http://www.journalistik.uni-mainz.de)

## ► Initiative „Medienintelligenz“

Medienintelligenz fördert einen intensiven fächerübergreifenden Dialog zwischen Medientheorie und Medienpraxis an der Universität, in der Jugendarbeit, in der Erwachsenenbildung sowie in der Arbeit mit Seniorinnen und Senioren. Die generelle Vermittlung von Medienkompetenz und die Bildung neuer sowie die Verstärkung bestehender Netzwerke sind die zentralen Bestrebungen von Medienintelligenz. Alle Initiativen zielen auf die Erforschung des kreativen Potentials der Medien bei gleichzeitiger kritischer Auseinandersetzung.

Hauptzielgruppe von Medienintelligenz sind Jugendliche, junge Erwachsene sowie Seniorinnen und Senioren. Sie sollen einen intelligenten Umgang mit den Medien lernen, die kreativen Möglichkeiten crossmedialer Mediennutzung und -vermittlung begreifen und eine Sensibilität für mögliche Gefahren entwickeln.

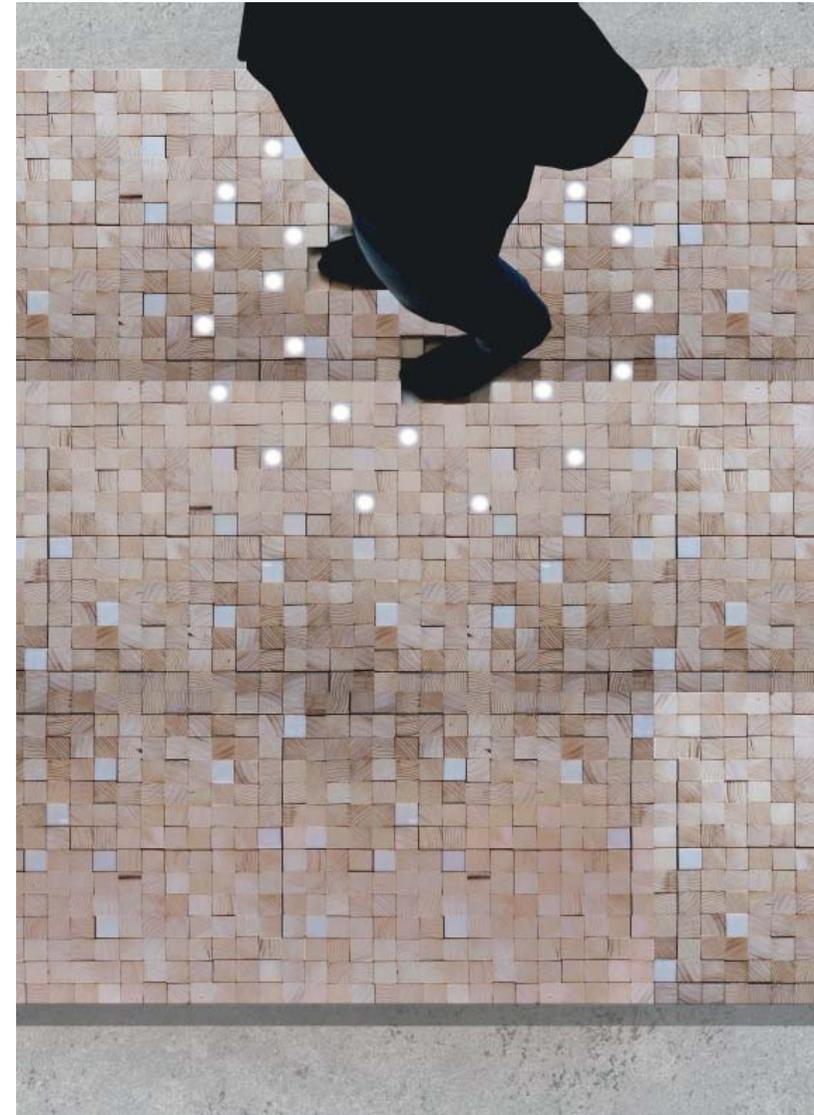
Die Initiative Medienintelligenz entwickelt Lehr- und Lernprogramme, die auf Jugendliche und junge Erwachsene abgestimmt sind. Dabei setzt sie an der Schnittstelle zwischen Hochschule und Schule an, mit dem erklärten Ziel Weichen zu stellen, Berufsperspektiven aufzuzeigen und Orientierungshilfe sowie Unterstützung für zukünftige Studierende zu geben. Gerade Medienprojekte transportieren realistische Eindrücke von Studienalltag, Berufswelt und Berufsbildern. Gemeinsam mit dem MedienKompetenzNetzwerk Mainz-Rhein Hessen und dem Bürgersender OK:TV Mainz hat daher die Initiative Medienintelligenz die JungeMedienWerkstatt ins Leben gerufen.

In unterschiedlichen Projekten und mit einer ausgewogenen Mischung aus Wissenschaft, Theorie und Praxis werden Jugendliche und junge Erwachsene befähigt, selbstständig Medienbeiträge zu produzieren.

Auch für ältere Onlinerinnen und Onliner ist der sichere Umgang mit dem Internet von großem Interesse. Dafür entwickelt die Initiative Medienintelligenz – gefördert von der Stiftung MedienKompetenz Forum Südwest (MKFS) – das Projekt „Silver Tipps – sicher online im Alter“, ein unabhängiges, anbieterneutrales und zielgruppenspezifisches Service-Portal.

### ■ Kontakt:

Martina Stöppel (Geschäftsführung)  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz  
Kommunikation und Presse  
Forum universitatis 3, 55128 Mainz  
[www.medienintelligenz.uni-mainz.de](http://www.medienintelligenz.uni-mainz.de)  
[www.jungemedienwerkstatt.de](http://www.jungemedienwerkstatt.de)  
[www.silver-tipps.de](http://www.silver-tipps.de) (ab Frühjahr 2014)



## Medienfächer der Kunsthochschule Mainz

### ► Film/Video

Ziel des Studiums in der Filmklasse ist, die Studierenden bei der Entwicklung einer künstlerischen Position zu unterstützen, die sich in Spiel-, Dokumentar- und Experimentalfilmen oder in Videoinstallationen artikulieren kann. Entscheidend ist die authentische, subjektive Ausdrucksform – der innovative und experimentierfreudige Charakter. Das Fundament bilden solide Kenntnisse in Gestaltung und Technologie. Filmhistorisches und filmtheoretisches Wissen ist zur Entwicklung einer künstlerischen Position ebenso unverzichtbar wie die Auseinandersetzung mit aktuellen Entwicklungen der Film- und Medienkunst. Zum Lehrangebot gehören künstlerisch-praktische und theoretische Elemente sowie Konsultationen.

Künstlerisch-praktische Veranstaltungen befassen sich mit: Drehbuch, Regie, Kamera, Licht, Ton, Montage, Compositing u.a. Thematisch orientierte Lehrveranstaltungen bieten ein Forum zur theoretischen und praktischen Auseinandersetzung mit bestimmten Aspekten der Medien Film/Video (Filmformen, Genres, künstlerische Verfahren und Konzeptionen).

Seminarelemente geben Raum zur Auseinandersetzung mit künstlerischen Werken und Positionen sowie zur kriti-

schen Reflexion der eigenen künstlerischen Arbeit. Weitere Seminare bieten Gelegenheit, Kenntnisse in den Bereichen Film- und Videogeschichte, Filmtheorie und Filmanalyse zu erwerben. Workshops und Gastvorträge ergänzen das Lehrangebot. Das Studium in der Filmklasse ist im Rahmen des Studiengangs Freie Bildende Kunst oder Bachelor und Master of Education Bildende Kunst möglich. Für die Aufnahme in die Studiengänge ist das Bestehen einer Eignungsprüfung notwendig, die ersten beiden Studiensemester finden als Orientierungsstudium in der Basisklasse der Kunsthochschule statt.

#### ■ Kontakt:

Filmklasse  
Univ.-Prof. Dr. Harald Schleicher  
Kunsthochschule Mainz an der Johannes Gutenberg-  
Universität Mainz  
Am Taubertsberg 6, 55122 Mainz  
Tel. (06131) 39-339 85  
haraldschleicher@uni-mainz.de,  
www.filmklasse-mz.de

### ► Fotografie

Das Ziel der Ausbildung, die in der Klasse für künstlerische Fotografie stattfindet, sind die Wege zur eigenständigen künstlerischen Arbeit. Im Zentrum der Ausbildung steht die ultimative Ausrichtung auf freie künstlerische Auseinandersetzung und die Produktion künstlerischer Arbeiten auf höchstmöglichem Niveau.

Die Beschäftigung mit künstlerischer Fotografie wird in der Klasse medienoffen betrieben, so dass die Auseinandersetzung mit anderen künstlerischen Medien wie Zeichnung, Performance oder Installation Teil der fotografisch-künstlerischen Beschäftigung sein kann. Das Studium fördert die Entwicklung individueller Erfindungen.

Das Erlernen der dazu notwendigen technischen Voraussetzungen ist den Studierenden in Zusammenarbeit mit den technischen Werkstätten der Kunsthochschule möglich.

Als sehr wichtiger Teil der Arbeit in der Klasse werden kleinere interne Ausstellungen, Projekte und Exkursionen regelmäßig organisiert. Die Vorstellung der Vordiplom- und Diplomarbeit, bzw. der Masterarbeit ist immer mit einer großen Ausstellung und Präsentation der Werkübersicht verbunden.

Das Studium in der Klasse für künstlerische Fotografie ist im Rahmen des Studiengangs Freie Bildende Kunst oder Bachelor und Master of Education Bildende Kunst möglich. Für die Aufnahme in die Studiengänge ist das Bestehen einer Eignungsprüfung notwendig, die ersten beiden Studiensemester finden als Orientierungsstudium in der Basisklasse der Kunsthochschule statt.

■ **Kontakt:**

Klasse für künstlerische Fotografie  
Prof. Judith Samen  
Kunsthochschule Mainz an der Johannes Gutenberg-  
Universität Mainz  
Am Taubertsberg 6, 55122 Mainz  
Tel. (06131) 39-321 34  
samen@kunsthochschule-mainz.de,  
www.kunsthochschule-mainz.de

► **Medienkunst**

Kunst, die mit neuen analogen und digitalen Medien hergestellt wird oder diese thematisiert, spielt im Bereich der aktuellen Bildenden Kunst eine große Rolle. Für immer mehr Künstler ist es darüber hinaus selbstverständlich, unterschiedliche neue und traditionelle Medien gleichzeitig zu nutzen und gegebenenfalls miteinander zu kombinieren. Auf neue Entwicklungen im Bereich der elektronischen Medien und auf die Einflüsse, die von analogen und digitalen Medien auf die Produktion im Bereich der Bildenden Kunst ausgehen, wird in der Klasse für Medienkunst intensiv eingegangen. Die Studierenden werden angeregt, eigenständige künstlerische Positionen zu erarbeiten und in Gruppengesprächen und Kolloquien permanent zur Diskussion zu stellen.

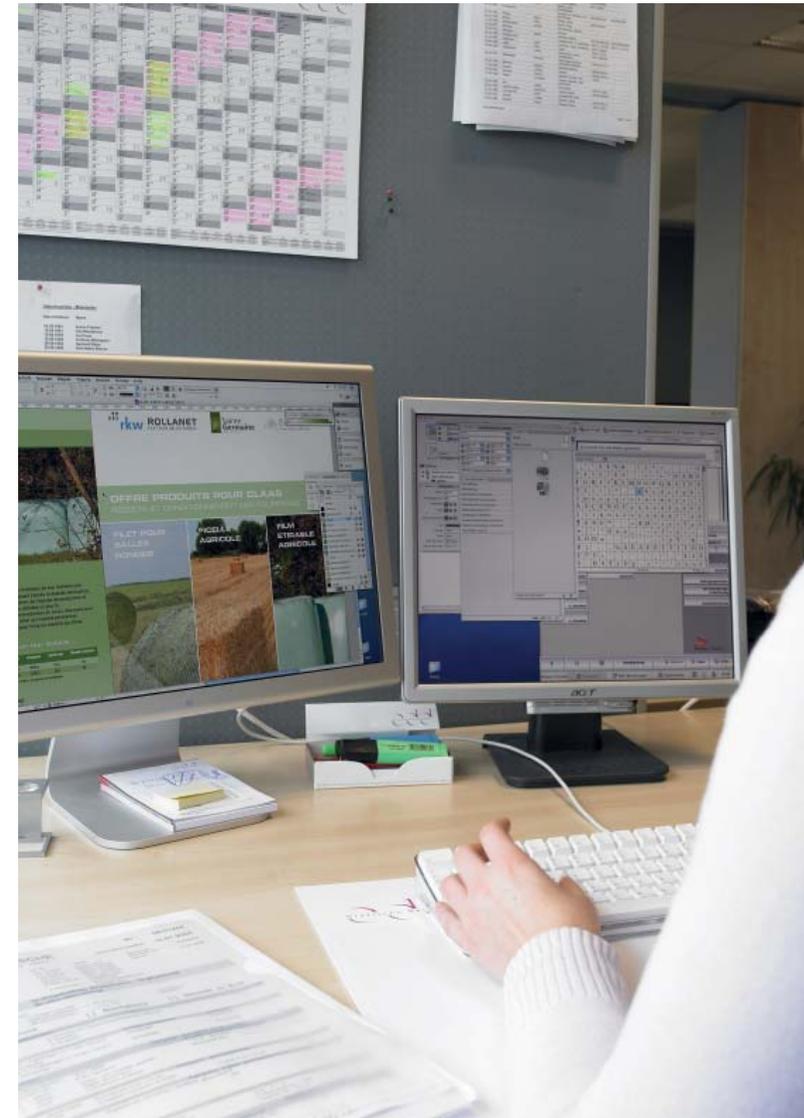
Im Rahmen der Veranstaltungen, die für alle Studierenden der Kunsthochschule offen stehen, und im Rahmen der Lehr-

veranstaltungen für die Klasse Neue Medien werden auch Gastvorträge, Ausstellungen, interdisziplinäre Projekte und Studienreisen organisiert.

Das Studium in der Klasse für Medienkunst ist im Rahmen des Studiengangs Freie Bildende Kunst oder Bachelor und Master of Education Bildende Kunst möglich. Für die Aufnahme in die Studiengänge ist das Bestehen einer Eignungsprüfung notwendig, die ersten beiden Studiensemester finden als Orientierungsstudium in der Basisklasse der Kunsthochschule statt.

■ **Kontakt:**

Klasse für Medienkunst  
Prof. Dieter Kiessling  
Kunsthochschule Mainz an  
der Johannes Gutenberg-Universität Mainz  
Am Taubertsberg 6, 55122 Mainz  
kiessling@neuss.netsurf.de,  
www.kunsthochschule-mainz.de



## Studium für beruflich qualifizierte Personen ohne Abitur

In den Medienfächern der Johannes Gutenberg-Universität Mainz besteht die Möglichkeit, wie generell an den rheinland-pfälzischen Universitäten, dass besonders befähigte Berufstätige ohne Abitur ein Hochschulstudium aufnehmen. Es kommen Ausbildungsgänge in Frage, die eine hinreichende inhaltliche Nähe zum Studium aufweisen, z. B. für das Fach Buchwissenschaft ausgebildete Buchhändler, Screen Designer, Schriftsetzer etc. Voraussetzung für den Erwerb einer „fachgebundenen Studienberechtigung“ ist

- eine mindestens mit dem Gesamtnotendurchschnitt 2,5 abgeschlossene berufliche Ausbildung; die Mindestnote entfällt für Personen, die eine Meisterprüfung oder gleichwertige Qualifikation (z. B. Fachwirt) erworben haben,
- eine mindestens zweijährige berufliche Tätigkeit nach Abschluss der Berufsausbildung und
- ein hinreichender inhaltlicher Zusammenhang zwischen Berufsausbildung und Berufstätigkeit und dem gewünschten Studiengang.

Der Zusammenhang zwischen Ausbildung und beruflicher Tätigkeit bezieht sich beim Zweifächer-Bachelor-Studiengang

auf das Kernfach. Der gewünschte Studiengang muss eine eindeutige inhaltliche Nähe zur beruflichen Ausbildung aufweisen.

Personen, die eine Meisterprüfung oder eine vergleichbare berufliche Qualifikation nachweisen können, können eine unmittelbare (allgemeine) Hochschulzugangsberechtigung beantragen.

Sie sind demnach zum Studium aller Fachrichtungen an einer rheinland-pfälzischen Universität (oder Fachhochschule) berechtigt.

Eine meisteräquivalente Fortbildung muss auf einem mindestens 400 Unterrichtsstunden umfassenden Lehrgang beruhen und als Voraussetzung eine abgeschlossene (staatlich anerkannte) Berufsausbildung erfordern.

Ausführliche Informationen zum Hochschulzugang beruflich Qualifizierter finden Sie unter [www.uni-mainz.de/studium/BQ](http://www.uni-mainz.de/studium/BQ).

### ■ **Bewerbung:**

1. Sie nehmen die vorgeschriebenen Beratungsgespräche wahr; zunächst eine Beratung durch die zentrale Studienberatung und dann eine Beratung durch die Studienfachberatung innerhalb des Faches. Dort wird festgestellt, inwieweit hinreichende inhaltliche Zusammenhänge zwischen Berufsausbildung und Berufstätigkeit und dem gewünschten Studiengang gegeben sind.
2. Danach wird ein Antrag auf eine Studienberechtigung für beruflich qualifizierte Personen ohne Abitur gestellt. Auf [www.uni-mainz.de/studium/BQ](http://www.uni-mainz.de/studium/BQ) finden Sie den Antrag zum Download.

Die Antragsfrist endet jeweils am 31. Mai zum Wintersemester bzw. am 30. November zum nachfolgenden Sommersemester. Die erteilte Studienberechtigung gilt nur für die rheinland-pfälzischen Hochschulen. Danach bewerben Sie sich um einen Studienplatz an der Universität Mainz, dies ist auch in zulassungsbeschränkten Studiengängen möglich, bei denen Sie im Auswahlver-

fahren mit den Noten aus der Berufsausbildung den Abiturient/innen gleichgestellt sind.

Das Institut für Buchwissenschaft hat in den zurückliegenden Jahren sehr gute Erfahrungen mit Studierenden ohne Abitur gemacht, die in aller Regel in kurzer Zeit die Anforderungen des Studiums erfüllt haben. Für die Studienfachberatung steht Prof. Dr. Stephan Füssel über das Sekretariat des Instituts für Buchwissenschaft, Jakob-Welder-Weg 18, 55128 Mainz bzw. sekretariat-buchwissenschaft@uni-mainz.de zur Verfügung.

■ **Kontakt:**

Studierenden Service Center  
Johannes Gutenberg-Universität Mainz  
Forum universitatis, Eingang 1, 1. OG  
55128 Mainz  
Tel. (06131) 39-221 22  
studsek@verwaltung.uni-mainz.de,  
www.uni-mainz.de/studium/studsek



## Promotion nach Fachhochschulabschluss

Am Institut für Buchwissenschaft der Johannes Gutenberg-Universität Mainz sind in den zurückliegenden zehn Jahren etwa 15 Absolventinnen und Absolventen einschlägiger Fachhochschulstudiengänge auf dem direkten Weg promoviert worden; darunter mehrere Diplom-Bibliothekarinnen, Diplom-Restauratorinnen, Diplom-Wirtschaftsinformatikerinnen etc.

Die Promotionsordnung der Fachbereiche 02 Sozialwissenschaften, Medien und Sport, 05 Philosophie und Philologie sowie 06 Angewandte Sprach- und Kulturwissenschaften sieht vor, dass die Bewerberin oder der Bewerber ein Studium einer entsprechenden Fachrichtung bei Bachelor-Studiengängen mit der Gesamtnote 1,5 oder besser oder bei Diplom-Studiengängen mit 2,0 oder besser abgeschlossen haben.

Die Bewerberin oder der Bewerber hat sich im Laufe des Studiums um eine Betreuerin oder um einen Betreuer aus dem Kreis der Prüfungsberechtigten zu bemühen, dies sollte nach Möglichkeit schon vor Aufnahme des Studiums durch eine ausführliche Studienberatung erfolgen.

Die Bewerber müssen ein zweisemestriges Studium als ordentliche Studierende an der JGU in dem gewählten Promotionsfach absolvieren. Sie haben den Nachweis von Kenntnissen und Fähigkeiten zu wissenschaftlichem Arbeiten durch eine wissenschaftliche Arbeit, die vier Monate umfasst und als mindestens ausreichend bewertet sein muss, zu erbringen.





## ■ ■ ■ Medienfächer der Fachhochschule Mainz

### Fachbereich Gestaltung: National und International anerkannt

Der Fachbereich Gestaltung an der FH Mainz ist einer der größten Gestaltungsfachbereiche in Deutschland. Die Medienausbildung in der Gestaltung verknüpft theoretische, experimentelle und praktische Inhalte. National und international werden aus allen drei Lehreinheiten kontinuierlich zahlreiche Preise und Anerkennungen erworben.

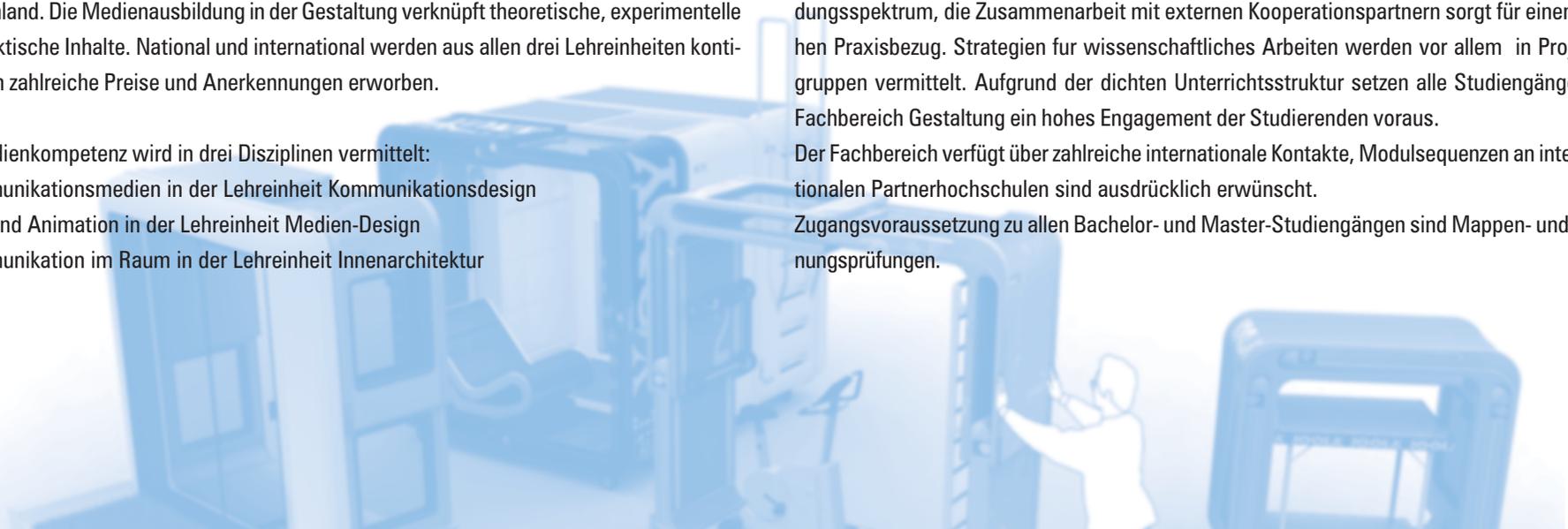
Die Medienkompetenz wird in drei Disziplinen vermittelt:

- Kommunikationsmedien in der Lehreinheit Kommunikationsdesign
- Film und Animation in der Lehreinheit Medien-Design
- Kommunikation im Raum in der Lehreinheit Innenarchitektur

Der interdisziplinäre Austausch zwischen den Studiengängen generiert ein breites Ausbildungsspektrum, die Zusammenarbeit mit externen Kooperationspartnern sorgt für einen hohen Praxisbezug. Strategien für wissenschaftliches Arbeiten werden vor allem in Projektgruppen vermittelt. Aufgrund der dichten Unterrichtsstruktur setzen alle Studiengänge im Fachbereich Gestaltung ein hohes Engagement der Studierenden voraus.

Der Fachbereich verfügt über zahlreiche internationale Kontakte, Modulsequenzen an internationalen Partnerhochschulen sind ausdrücklich erwünscht.

Zugangsvoraussetzung zu allen Bachelor- und Master-Studiengängen sind Mappen- und Eignungsprüfungen.





## Medienfächer

### ► BA Kommunikationsdesign

Kommunikationsdesign ermöglicht oder verbessert die Vermittlung von Inhalten, macht die Vermittlung verständlicher, überzeugender und wirksamer.

Das Erlernen, Anwenden und Weiterentwickeln der dafür am besten geeigneten künstlerischen und technischen Mittel steht im Mittelpunkt der Ausbildung. Zudem wird methodisch-wissenschaftliches Vorgehen erlernt. Das Studium ist modular aufgebaut.

Es ermöglicht eine individuelle Ausrichtung und ist an der beruflichen Wirklichkeit orientiert. Kommunikationsdesigner arbeiten heute sowohl im Bereich konventioneller Druckmedien als auch in allen Sparten der elektronischen Medien.

Hauptsächliches Aufgabengebiet ist das Entwerfen und Gestalten von Plakaten, Anzeigen, Prospekten, Internetseiten, Zeichen, Signets, Verpackungen etc., aber auch die Organisa-

tion bzw. Herstellung von Ausstellungen, Messeständen, Büchern, Foto- und Filmarbeiten in Zusammenarbeit mit Architekten, Filmern, Textern und Marketingfachleuten. Instrukti-ve Mitteilungen, wie z.B. Informations- und Orientierungssysteme, Gebrauchsanweisungen, Lehrmittel und grafische Darstellungen gehören ebenso zu den Aufgabengebieten des Berufsfeldes Kommunikationsdesign. In die Ausbildung sind neben den gestalterischen Aspekten außerdem berufswirtschaftliche, rechtliche und organisatorische Belange sowie kulturhistorische, design- und medientheoretische Grundlagen integriert.

Die Vermittlung von Kenntnissen und Fertigkeiten technischer und manueller Art sowie die Förderung kreativer gestalterischer Fähigkeiten im angewandten Bereich ist deshalb ebenso unerlässlich wie die Einbeziehung der Erkenntnisse der Kommunikationsforschung, der Psychologie, der Kunst- und Kulturgeschichte, der Designtheorie, -geschichte und des Designmanagements sowie anderer Wissensgebiete in das Lehrangebot des Studiengangs.

Mit der Bearbeitung der Bachelor-Arbeit, einer komplexen Aufgabe aus einem Funktionsbereich der visuellen Kommunikation, stellen die Studierenden ihr Können vor dem Eintritt in die berufliche Praxis unter Beweis.

Die traditionell anspruchsvolle Designausbildung in Mainz spiegelt sich jedes Jahr in Dutzenden von internationalen Auszeichnungen für unsere Studierenden wider. Unter anderem wurden sie bereits beim A&AD Award, RedDot Best of the Best, TDC, ADC, iF-Award, Lucky Strike, Josef-Binder-Award, output oder sushi ausgezeichnet.

■ **Dauer des Studiums:** 7 Semester

■ **Kontakt:** Lehrinheit Kommunikationsdesign

Holzstraße 36, 55116 Mainz

Tel. (06131) 628-2211 (Sekretariat)

Fax (06131) 628-92211

E-Mail: [kd@fh-mainz.de](mailto:kd@fh-mainz.de)

[www.designinmainz.de](http://www.designinmainz.de), [www.fh-mainz.de](http://www.fh-mainz.de)

## ► MA Gutenberg Intermedia

Ziel des Master-Studiengangs ist es, besonders begabte Bachelor- und Diplomabsolventen auf dem Gebiet der medienübergreifenden Gestaltungspraxis und -forschung auszubilden, ihre Qualifikationen zu vertiefen und ihnen ein kreatives Umfeld für Gestaltungsexperimente zu eröffnen.

Die Rahmenbedingungen des Kommunikationsdesigns haben sich verändert. Die Medien, in denen sich Kommunikationsdesign heute bewegt, sind im Umbruch; auch die Rolle des Betrachters hat sich verändert hin zu einem aktiven Teilnehmer an Gestaltungsprozessen. Damit haben sich auch Rolle und Selbstverständnis der Designer gewandelt. Gestalter werden immer weniger in der traditionellen Rolle des Grafik-Designers gesehen, der Vorgegebenes gestalterisch „übersetzt“. Vielmehr übernehmen sie als „Visuelle Autoren“ inhaltlich Verantwortung und reflektieren in ihren Entwürfen soziale, technische und kulturelle Zusammenhänge.

Im dreisemestrigen Master-Studiengang vertiefen die Studierenden im Rahmen interdisziplinärer Designprojekte ihre gestalterischen Kenntnisse und erwerben in begleitenden Kursen analytische und konzeptionelle Fähigkeiten. In einer intensiven Studioatmosphäre mit eigenen Arbeitsplätzen, die eine stetige Auseinandersetzung mit Dozenten und Kommilitonen fördert, werden Inhalte und Methoden gestalterischen Arbeitens neu überdacht. Zudem können in den Werkstätten für Fotografie, Siebdruck und Druckgrafische Techniken, der Offset-Druckerei und Buchbinderei sowie in der Interaktiven

Werkstatt und den Computer-Pools gestalterische Experimente direkt umgesetzt werden.

■ **Dauer des Studiums:** 3 Semester  
ab WS 2010/11

■ **Kontakt:** Lehrinheit Kommunikationsdesign  
Holzstraße 36, 55116 Mainz  
Tel. (0 61 31) 628-211 (Sekretariat)  
Fax (06131) 628-9211  
E-Mail: [kd@fh-mainz.de](mailto:kd@fh-mainz.de)  
[www.designinmainz.de](http://www.designinmainz.de),  
[www.fh-mainz.de](http://www.fh-mainz.de)

## ► BA Interior Architecture

Die Entwicklung von Raum über seine Begrenzungsflächen ist zentrales Thema aller Disziplinen im Rahmen der Innenarchitektur. Der Raum in seiner ungeformten Wirklichkeit, als allgemeiner Luftraum, ist etwas Immaterielles und hat keinen sichtbaren Ausdruck. Erst in der körperlichen Umsetzung seiner Begrenzungsflächen kommt eine bestimmte Raumform zum Ausdruck. Konstruktion, Material, Farbe, Licht, Raumakustik und Raumklima sind die prägenden Parameter. Innenarchitekten planen den raumbildenden Ausbau, Umbau sowie Umnutzungen von Gebäuden. Modernisierungen im Bestand, in konstruktiver, technischer und ästhetischer Hinsicht gehören ebenso zum Berufsbild wie eigenständige Anbauten und Erweiterungen von Gebäuden. Möbel, Ausstellungs- und Messearchitekturen, Bühnenbilder oder Innenräume von Schiffen, Flugzeugen und Bahnwagen sind weitere Berufsfelder für Innenarchitekten. Mit ihren speziellen Kenntnissen stehen nicht nur Tätigkeiten an der Schnittstelle zu Architektur und Design offen, sondern ebenso an der Schnittstelle zu Kommunikationsdesign und Mediendesign.

### Studienbeschreibung

Das Bachelor-Studium der Innenarchitektur wird nach wissenschaftlichen, künstlerischen, gestalterischen und konstruktiven Methoden angeboten. Entwicklungen der Materialtechnologien und Konstruktionen, aber auch architekturtheoretische Positionen werden ständig aktualisiert und ebenso

wie die Weiterentwicklung der Medientechnologie in das Studium integriert. Die zentralen Studieninhalte sind modularisiert und im Curriculum des Studiengangs genau beschrieben. Die Module sind vertikal und horizontal vernetzt. Die Struktur ermöglicht es, das Entwerfen in unterschiedlichen Verknüpfungen durchgängig zu praktizieren.

Neben klassischen Vorlesungen und Seminaren findet die Ausbildung in aktiven Arbeits- und Diskussionsphasen statt. Das 7-semesterige Studium schließt in der Abschlussarbeit anwendungsbezogenes Basiswissen mit dem Akademischen Grad des Bachelor of Arts ab. Im konsekutiven Master-Studiengang besteht die Möglichkeit, komplexere Fragestellungen im Kommunikationsfeld Raum auf wissenschaftlicher Basis aktuell zu diskutieren.

### Werkstätten und Labore

Die Lehrinheit verfügt über eine Schreinerei, eine Modellbauwerkstatt, ein digitales Verbundlabor mit Foto-Studio, Computerpools mit aktueller Software, eine Materialbibliothek und eine umfangreich ausgestattete Fachbereichsbibliothek. Die Modellbau- und Holzwerkstatt verfügt neben der üblichen Ausstattung mit einer 3-achsigen CNC-Fräse, einer Laser-Schneide-Anlage, einem 3D-Styro-Cutter und einem 3D-Drucker über computergesteuerte Maschinen, mit deren Hilfe digitale 2D- und 3D-Daten direkt in reale Modelle und Prototypen überführt werden können. Tages- und Kunstlicht, Gebäudetechnologie und Medienarchitektur können im digitalen Verbundlabor erprobt werden. Hierfür stehen u. a. Dali-

gesteuerte Leuchtensysteme, ein Tageslichtsimulator und ein LED-Medienbaukasten zur Verfügung. Im digitalen Verbundlabor findet Forschung in enger Kooperation mit bedeutenden Unternehmen der Industrie statt.

■ **Dauer des Studiums:** 6 Semester

■ **Kontakt:** Lehrinheit Innenarchitektur

Holzstraße 36, 55116 Mainz

Tel. (06131) 628-2435

Fax (06131) 628-92435

[www.iamainz.de](http://www.iamainz.de)

[www.fh-mainz.de](http://www.fh-mainz.de)

E-Mail: [info@iamainz.de](mailto:info@iamainz.de)



## ► MA ProduktRaum/Kommunikation im Raum

### Studienziel

Authentische Räume sind dialogfähig. Die Gestaltung des architektonischen Raums als Kommunikationsraum hat in den letzten Jahren an wirtschaftlicher Bedeutung stark zugenommen und wächst als gestalterische Aufgabe in ihrer Komplexität ständig weiter. Der Masterstudiengang „Kommunikation im Raum“ setzt sich mit der Vielzahl der Themen und Aufgaben räumlicher Kommunikation auseinander. Er beschäftigt sich mit Räumen, in denen Kommunikation und Information in besonderer Weise ihren Ausdruck finden. Interaktive, nutzergesteuerte Objekte und Räume, die auf unterschiedliche Ansprüche reagieren, gehören ebenso dazu wie intelligente, kommunizierende Medienräume, Ausstellungsarchitekturen sowie Räume mit informativem Charakter und grafischen Oberflächen, in denen Objekt, Raum und Inhalte zu komplexen Einheiten verbunden werden.

### Studienaufbau

Das Master-Studium „Kommunikation im Raum“ ist dreisemestrig. Im Zentrum jedes Semesters steht die Bearbeitung eines fächerübergreifend betreuten Themas im Spannungsfeld von Kommunikation und Raum. Von der ersten Idee bis zur Fertigstellung des Projekts werden innovative, den realen Berufsbedingungen entsprechende Fragestellungen bearbeitet und die zur Realisierung des Projekts notwendigen Disziplinen zusammengeführt. Ein Team von Professorinnen, Pro-

fessoren und Dozentinnen und Dozenten mit Kernkompetenzen aus den Bereichen Architektur, Farbe, Kunst, Technologie, Produkt, Material, Licht, Digitale Medien, Konstruktion und Theorie betreut die Master-Studierenden individuell. Dadurch wird das Thema aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet und diskutiert. Mit den Lehreinheiten Kommunikationsdesign und Mediendesign werden gemeinsame interdisziplinäre Themen angeboten. Gastdozenten aus der Industrie sowie internationale Gastprofessuren bereichern eine realitätsnahe Lehre vor dem Hintergrund der kulturell und wirtschaftlich attraktiven Rhein-Main-Region mit einer international bedeutenden Museumslandschaft, dem ZDF, der Messe Frankfurt und innovativer Industrie. Hochschulkooperationen u.a. mit England, Polen, Australien und Neuseeland ermöglichen eine internationale Vernetzung.

### Ausstattung

Den Master-Studierenden stehen Arbeitsplätze in interdisziplinär besetzten Studios zur Verfügung. In den Computerpools kann an leistungsstarken PCs mit aktueller Software selbstständig gearbeitet werden. Die Lehreinheit verfügt über eine Schreinerei, eine Modellbauwerkstatt, ein digitales Verbundlabor mit Foto-Studio, Computerpools, ein Art-Studio, eine Materialbibliothek und eine umfangreich ausgestattete Fachbereichsbibliothek. Die Modellbau- und Holzwerkstatt verfügt neben der üblichen Ausstattung mit einer 3-achsigen CNC-Fräse, einer Laser-Schneide-Anlage und einem 3D-Styro-Cutter über computergesteuerte Maschinen, mit deren Hilfe digi-

tales 2D- und 3D-Daten direkt in reale Modelle und Prototypen überführt werden können. Tages- und Kunstlicht, Gebäudetechnologie und Medienarchitektur können im digitalen Verbundlabor erprobt werden. Hierfür stehen u. a. Dali-gesteuerte Leuchtensysteme, ein Tageslichtsimulator und ein LED-Medienbaukasten zur Verfügung. Im digitalen Verbundlabor findet Forschung in enger Kooperation mit bedeutenden Unternehmen der Industrie statt.

■ **Dauer des Studiums:** 3 Semester

Start nur zum Wintersemester

■ **Kontakt:** Lehreinheit Innenarchitektur

Holzstraße 36, 55116 Mainz

Tel. (06131) 628-2435

Fax (06131) 628-92435

[www.iamainz.de](http://www.iamainz.de)

[www.fh-mainz.de](http://www.fh-mainz.de)

E-Mail: [assistenz@fh-mainz.de](mailto:assistenz@fh-mainz.de)

## ► BA Zeitbasierte Medien

Der Bachelor-Studiengang Zeitbasierte Medien bietet als Teilbereich des Fachbereichs Gestaltung der Fachhochschule Mainz ein grundständiges Studium der Gestaltung mit den Schwerpunkten Film, Animation und Interaktion. Die sich ständig weiter entwickelnden Medientechnologien weisen eine Vielzahl von Merkmalen auf, die sie deutlich von den klassischen Medien unterscheiden. Die Studierenden werden in der Lehrinheit Mediendesign gezielt für den audiovisuellen Medienbereich ausgebildet. Dies stellt die wesentliche Abgrenzung zum klassischen Kommunikationsdesign dar, bei dem die Printmedien sehr viel stärker im Zentrum der Arbeit stehen.

Neben der klassischen Ausbildung für Film und Video werden die Bereiche der 2D- und 3D-Animation ebenso vermittelt wie die Gestaltung und Umsetzung interaktiver bzw. multimedialer Medienkonzepte. Hierzu gehört der gezielte und hoch entwickelte Einsatz des Rechners für die geforderten Gestaltungslösungen, weshalb Studierende keine Berührungängste vor Computern haben sollten.

Das Studium umfasst die verschiedensten audiovisuellen und elektronischen Medien und Gestaltungstechnologien. Den Studierenden werden fundierte Kenntnisse und Erfahrungen der Gestaltung in einer Spannweite von der streng zweckgerichteten Anwendung bis hin zum freien künstlerischen Experiment vermittelt. Hinzu kommen breite technologische Grundlagen.

Alle Medien stehen in Wechselwirkung zueinander und sind Teil der gesellschaftlichen Kultur. Deshalb bilden die Auseinandersetzung mit der Medien- und Kommunikationsgeschichte sowie mediensoziologische und kommunikationswissenschaftliche Grundlagen weitere wichtige Arbeitsbereiche. Berufs- und medienwirtschaftliche, rechtliche und organisatorische Aspekte sind in die Ausbildung eingeschlossen.

### **Berufsfeldorientierung des Studiengangs:**

Die Absolventen sind tätig in Arbeitsgebieten wie TV-Design, Computeranimation, Film- und Videogestaltung, Web-Anwendungen, Planung, Konzeption und Umsetzung im gesamten Bereich der audiovisuellen und zeitbasierten Medien in Fernsehanstalten, Werbe- und Webagenturen, 3D- und Postproduktionsstudios, Filmproduktionen sowie als selbstständige Designer.

### **Studienbeschreibung:**

Das Lehrangebot im Bachelor-Studiengang erstreckt sich über sechs Semester. Im ersten Semester werden die Grundlagen für Gestaltung, Typographie, Film, Animation und Informatik vermittelt. Ab dem zweiten bis zum fünften Semester folgen Seminare, Kolloquien und Projektarbeiten. Im sechsten Semester wird die Bachelor-Thesis erarbeitet.

■ **Dauer des Studiums:** 6 Semester

■ **Kontaktadresse:**

Lehrinheit Zeitbasierte Medien  
Wallstraße 11, 55122 Mainz  
Tel. (06131) 628 2311  
Fax. (06131) 628 92311  
E-Mail: [info@img.fh-mainz.de](mailto:info@img.fh-mainz.de)  
[www.fh-mainz.de](http://www.fh-mainz.de)

## ► MA Zeitbasierte Medien

DIE ZUKUNFT GESTALTEN.  
INTERDISZIPLINÄRES DENKEN,  
WISSENSCHAFTLICHES ARBEITEN UND  
PROJEKTORIENTIERTES HANDELN  
SIND WESENTLICHE KOMponentEN  
DES MASTER-STUDIENGANGS.

### Studienziele

Das Studienziel des Master-Studiengangs ist die Vermittlung, Erforschung und Realisation neuer inhaltlicher Konzepte und Anwendungen für den Einsatz digitaler Medien: In 2D- und 3D-Animation, Film und Fernsehen, generativer und interaktiver Kommunikationssysteme.

Die Studierenden werden zu eigenständiger, kreativer, schöpferischer und verantwortungsbewusster Anwendung künstlerischer und wissenschaftlicher Erkenntnisse und Methoden sowie gesicherter praktischer Erfahrungen befähigt, wie sie für die selbstständige Ausübung in Leitungspositionen gestalterischer Berufe heutiger und zukünftiger Fernseh-Medien erforderlich sind. Bestandteil aller Projekte ist die Erarbeitung des wissenschaftlichen Hintergrundes. Dieser Anspruch zeigt sich auch im hohen Anteil an Theoriefächern.

Das Master-Studium führt zur gezielten Professionalisierung und Vertiefung der Arbeitsgebiete, zur persönlichen Entwicklung eigenständiger konzeptueller und gestalterischer Tätigkeit. Im Einzelfall kann er auch der Vorbereitung zu einer

weiteren wissenschaftlichen Ausbildung im Rahmen eines Promotionsstudiums dienen.

Gemeinsam mit den Fernsehsendern vor Ort, Produktionsfirmen, Werbe- und Webagenturen etc. werden Projekte entwickelt und möglichst bis zum Pilotprojekt durchgeführt. Ein wichtiges Bindeglied zwischen Industrie und Hochschule stellt dabei das Institut für Mediengestaltung dar. Dessen jahrelange anwendungsorientierte Arbeit bietet externen Partnern die Gewähr für die erfolgreiche Abwicklung der gemeinsamen Projekte.

Wir wünschen uns aufgeschlossene, teamfähige und an neuen Entwicklungen interessierte Studierende. Unser interdisziplinärer Ansatz richtet sich nicht nur an Interessenten aus dem eigenen Bachelor-Studiengang. Wir wünschen uns auch Experten anderer Studienrichtungen, die konzeptuell an neuen Medienentwicklungen arbeiten wollen.

Mit abgeschlossenem Master-Studiengang Zeitbasierte Medien werden Studierende in der Lage sein, zukunftsorientierte Projekte im Bereich der Medien eigenständig, kreativ, schöpferisch und verantwortungsbewusst zu konzipieren, zu entwickeln und zu implementieren.

### Berufliche Perspektiven

Der Abschluss „Master of Arts (M.A.)“ befähigt zu selbstständiger Tätigkeit und zu Leitungsfunktionen in den bereits genannten medialen Arbeitsgebieten Animation – Film/Fernsehen – Interaktion. Er ist Voraussetzung für den höheren Dienst und führt zu Führungspositionen in der kreativen Industrie und Wirtschaft. Die Stadt Mainz, im Zentrum des Rhein-Main-Gebietes, bietet durch die Ansiedlung zahlreicher Werbeagenturen, TV-Produktionsfirmen und den Fernsehsendern ZDF, SWR und HR eine herausragende Berufsperspektive für die Absolventen des Studiengangs.

### Studienbeschreibung

Das Lehrangebot im Master-Studiengang erstreckt sich über vier Semester. Es findet in der Form von Seminaren, Kolloquien und Projektarbeit statt. Ziel ist es, die durch die Studierenden eingebrachten Projekte im ersten Semester so weiterzuentwickeln, dass sie in den folgenden Semestern realisiert werden können. Hierzu dienen die Angebote im Rahmen des Medienmanagements, in denen die Konzeption ausgearbeitet und die Produktion vorbereitet wird. In den folgenden beiden Semestern werden die Projekte in Gruppen weiter bearbeitet und je nach Umfang und Arbeitsaufwand weiterentwickelt bzw. fertiggestellt.

Das Studium wird flankiert von Seminaren in den drei zentralen Bereichen Animation, Film/Fernsehen und Interaktion und von jeweils zwei Theorieangeboten pro Semester. Das vierte Semester dient der Erstellung der Master-Thesis, die in Form einer wissenschaftlichen Arbeit oder als Kombination von Projektarbeit und Theorie angefertigt werden kann. Je nach Bedarf werden Workshops mit Experten für einzelne Projekte angeboten, die von allen Master-Studierenden besucht werden können.

Die Studierenden können sich auch dafür entscheiden, an angewandten und Forschungs-Projekten im Rahmen des Instituts für Mediengestaltung mitzuwirken, die von Hochschullehrern geleitet werden.

■ **Dauer des Studiums:** 4 Semester

■ **Kontakt:** Lehrereinheit Zeitbasierte Medien

Wallstraße 11, 55122 Mainz

Tel. (06131) 628 2311

Fax. (06131) 628 92311

E-Mail: [info@img.fh-mainz.de](mailto:info@img.fh-mainz.de)

Homepage: [www.fh-mainz.de](http://www.fh-mainz.de)



## Fachbereich Wirtschaft: Anwendungsnah und praxisorientiert

### ► Medienökonomie/ Unternehmenskommunikation

#### Wahlmodule am Fachbereich Wirtschaft

In den wirtschaftswissenschaftlichen Studiengängen werden medien- und kommunikationswissenschaftliche Vertiefungsmodule angeboten. Ziel dieser Angebote ist es, die Studierenden zur Übernahme von betriebswirtschaftlichen Führungsaufgaben in Medienunternehmen bzw. für Aufgaben in den Bereichen der Unternehmenskommunikation zu qualifizieren.

### ► Medienökonomie

Gegenstand der medienökonomischen Vertiefung/Spezialisierung sind die Besonderheiten von Medienprodukten und Medienunternehmen sowie die Marktbedingungen und Strukturen des Medienmarktes. Die Studierenden erhalten dabei Einblicke in die Geschäftsmodelle von Tageszeitungen, Fernsehunternehmen und Onlineanbietern. Darüber hinaus sind Konvergenz, Verflechtungen und Wettbewerbsbeziehungen zwischen den Mediensektoren Themen der Veranstaltungen. Vor diesem Hintergrund werden Trends und Strategien im Medienbereich sichtbar. Die Absolventen sind damit für betriebswirtschaftlich fundierte Entscheidungen in Medienunternehmen gerüstet.

### ► Unternehmenskommunikation/ Online-Kommunikation

Unternehmen gehören heute zu den bedeutendsten Kommunikatoren in der Gesellschaft. Sie geben Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften heraus, präsentieren sich über Anzeigen und Pressemitteilungen, über Filme und Internetportale. Große Konzerne verfügen über ein regelrechtes Publikationssystem (Corporate Publishing), das auf die verschiedenen Zielgruppen abgestimmt ist. In den Modulen zur Unternehmenskommunikation und Online-Kommunikation werden nicht nur Kommunikationsstrategien, Kampagnenplanung und Medieneinsatz behandelt, sondern auch die Erfolgskontrolle, um die Wirkungen zu messen. Besonders wichtig ist heute die Beobachtung des Internets, das selber Auswertungstools generiert. Studierende lernen die unterschiedlichen Kommunikationsformen nicht nur kennen, sie untersuchen sie anwendungsnah und können sie praxisorientiert erproben.

#### ■ Kontakt:

Fachhochschule Mainz, Fachbereich Wirtschaft  
Lucy-Hillebrand-Straße 2, 55128 Mainz  
Tel. 06131/628-0  
[www.fh-mainz.de](http://www.fh-mainz.de)

## ► Bachelorstudiengang „Medien, IT und Management“

(ausbildungsintegriert oder berufsintegriert)

Ein interdisziplinärer Medien-Studiengang in Teilzeit – dies ist das Kernprofil dieses Programms am Fachbereich Wirtschaft. Der Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Mainz zählt zu den Pionieren im Angebot von ausbildungs- und berufsintegrierenden Studiengängen in Deutschland. Der innovative Bachelor-Studiengang „Medien, IT und Management“ richtet sich an Interessenten, die eine Ausbildung im Medien-, IT- oder Marketing/Kommunikations-Bereich anstreben und parallel dazu ein Studium absolvieren möchten (ausbildungsintegriert). Der Studiengang kann ebenso von Interessierten belegt werden, die ihre Ausbildung bereits erfolgreich beendet haben und sich weiter qualifizieren möchten (berufsintegriert).

Der Name „Medien, IT und Management“ ist Programm, denn der Studiengang bietet umfangreiches Wissen in folgenden drei Kompetenzfeldern und an deren Schnittstellen:

**Medien:** Dieses Themenfeld umreißt die gestalterischen Anforderungen, die bei digitalen Medien bestehen und die Besonderheiten der Medienindustrie. Veranstaltungen sind u.a. Medientechnik (Typographie und Print), Medientechnik

(Bild/Licht/Ton), Mediensysteme und Content Management Systeme, Medienökonomie und Medienrecht.

**IT:** Dieses Kompetenzfeld beinhaltet Fächer wie IT in Medienunternehmen und die IT-gestützte Gestaltung von Geschäftsprozessen. Themenbereiche sind u.a. (Web-)Programmierung, Software Engineering und Multimedia-Datenbanken und Rechnernetze.

**Management:** Die Vermittlung betriebswirtschaftlicher Grundlagen und Zusammenhänge steht in diesem Kompetenzfeld im Mittelpunkt. Themenbereiche sind Rechnungswesen, Personal & Organisation, Unternehmensführung, Marketing/Onlinekommunikation und E-Business.

Der Fachbereich Wirtschaft der Fachhochschule Mainz legt großen Wert auf die Stärkung der Schlüsselkompetenzen sowie der berufsfeldbezogenen Methodenkompetenz. Diese befähigt die Absolventinnen und Absolventen für die Mitarbeit und erste Führungsaufgaben in Projekten, Teams oder Abteilungen im Medien- und IT-Umfeld. Darüber hinaus bietet das Studium die Möglichkeit der maßvollen Spezialisierung durch die Wahl zweier Optionen im höheren Semester.

Zur optimalen Abstimmung zwischen Hochschule, Berufsschule und Unternehmen pflegt die Fachhochschule Mainz enge Kooperationen mit Berufsschulen und Kooperationsunternehmen. Letztere kommen aus unterschiedlichen Bran-

chen wie der Medien-, der IT- oder der Dienstleistungsbranche. Um den Praxisbezug im Studium zu vertiefen, werden gemeinsame Lehrprojekte mit Medienunternehmen aus der Region durchgeführt.

Studienbeginn ist jeweils zum Wintersemester (1.9.) eines Jahres. Durchschnittlich finden wöchentlich 12 bis 14 Stunden Präsenzstudium statt. Die Veranstaltungen finden in der Regel freitags ganztägig (8.15 Uhr bis 19.00 Uhr) und an einigen Samstagen statt.

■ **Dauer des Studiums:** 7 Semester

■ **Kontakt:** Fachhochschule Mainz,  
Fachbereich Wirtschaft  
Lucy-Hillebrand-Straße 2, 55128 Mainz  
Tel. 06131/628-3121, -3135  
E-Mail: [mmi@fh-mainz.de](mailto:mmi@fh-mainz.de)

## Service

### ■ IHK für Rheinhesen

Schillerplatz 7  
55116 Mainz  
Tel. (06131) 262-0  
Fax (06131) 262-1113  
service@rheinhesen.ihk24.de  
www.rheinhesen.ihk24.de

### ■ Nützliche Links:

[www.step-on.de](http://www.step-on.de)  
[www.wis.ihk.de](http://www.wis.ihk.de)  
[berufenet.arbeitsagentur.de](http://berufenet.arbeitsagentur.de)

### ■ Agentur für Arbeit Mainz

Untere Zahlbacher Str. 27  
55131 Mainz

### ■ Johannes Gutenberg-Universität

Forschungsschwerpunkt Medienkonvergenz  
Geschäftsstelle  
Georg Forster-Gebäude  
Jakob-Welder-Weg 12  
55128 Mainz  
Tel. (06131) 39-223 30  
medienkonvergenz@uni-mainz.de  
www.medienkonvergenz.uni-mainz.de

### ■ Nützliche Links:

[www.buchwissenschaft.uni-mainz.de](http://www.buchwissenschaft.uni-mainz.de)  
[www.campus-tv.uni-mainz.de](http://www.campus-tv.uni-mainz.de)  
[www.fb05.uni-mainz.de/mediendramaturgie](http://www.fb05.uni-mainz.de/mediendramaturgie)  
[www.filmklasse.uni-mainz.de](http://www.filmklasse.uni-mainz.de)  
[www.filmwissenschaft.uni-mainz.de](http://www.filmwissenschaft.uni-mainz.de)

[www.germanistik.uni-mainz.de](http://www.germanistik.uni-mainz.de)  
[www.ifp.uni-mainz.de](http://www.ifp.uni-mainz.de)  
[www.journalistik.uni-mainz.de](http://www.journalistik.uni-mainz.de)  
[www.kunst.uni-mainz.de/foto](http://www.kunst.uni-mainz.de/foto)  
[www.mainzer-medieninstitut.de](http://www.mainzer-medieninstitut.de)  
[www.medienhausmainz.de](http://www.medienhausmainz.de)  
[www.medienintelligenz.uni-mainz.de](http://www.medienintelligenz.uni-mainz.de)  
[www.medienkonvergenz.uni-mainz.de](http://www.medienkonvergenz.uni-mainz.de)  
[www.medienmanagement-mainz.de](http://www.medienmanagement-mainz.de)  
[www.medien.uni-mainz.de](http://www.medien.uni-mainz.de)  
[www.movii.de](http://www.movii.de)  
[www.performedia.uni-mainz.de](http://www.performedia.uni-mainz.de)  
[www.theaterwissenschaft.uni-mainz.de](http://www.theaterwissenschaft.uni-mainz.de)  
[www.uni-mainz.de](http://www.uni-mainz.de)

■ **Fachhochschule Mainz**

**Fachbereich Gestaltung**

Büro für Studienangelegenheiten  
Lucy-Hillebrand-Straße 2, 55128 Mainz  
Frau Ruthe  
Tel. (06131) 628-7385  
Fax (06131) 628-97385  
ruthe@fh-mainz.de

**Lehreinheit Innenarchitektur**

Holzstraße 36, 55116 Mainz  
Tel. (06131) 628-2411 (Sekretariat)  
Fax (06131) 628-92411  
www.iamainz.de

**Lehreinheit Kommunikationsdesign**

Holzstraße 36, 55116 Mainz  
Tel. (06131) 628-2211 (Sekretariat)  
Fax (06131) 628-92211  
kd@fh-mainz.de  
www.designinmainz.de

**Lehreinheit Zeitbasierte Medien**

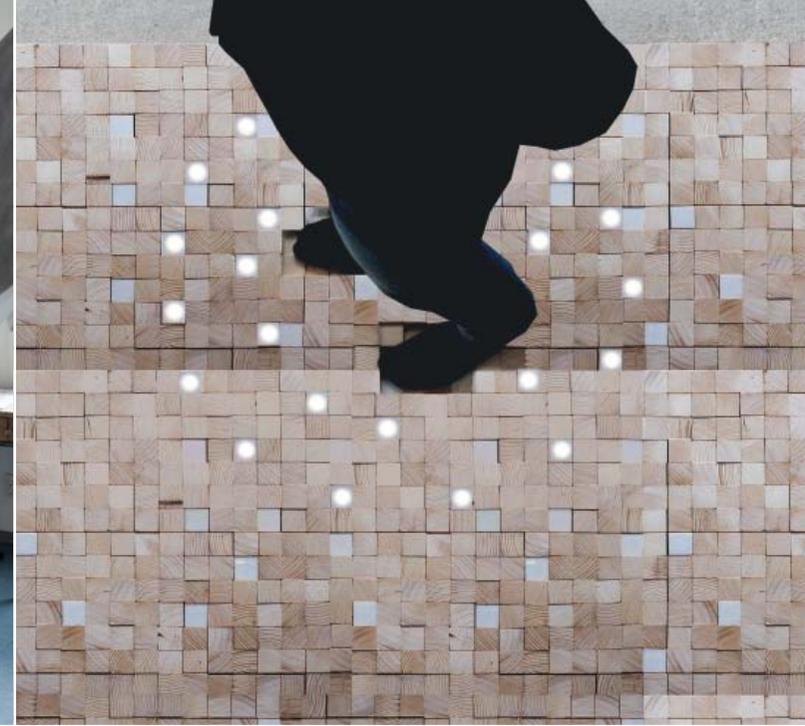
Wallstraße 11, 55122 Mainz  
Tel. (06131) 628-2311 (Sekretariat)  
Fax (06131) 628-92311  
info@img.fh-mainz.de  
www.fh-mainz.de

**Fachbereich Wirtschaft**

Büro für Studienangelegenheiten  
Lucy-Hillebrand-Straße 2, 55128 Mainz  
Frau Rosenbauer  
Tel. (06131) 628-3421  
Fax (06131) 628-93421  
anne.rosenbauer@fh-mainz.de

**Lehreinheit Medien, IT und Management**

Lucy-Hillebrand-Straße 2, 55128 Mainz  
Tel. (06131) 628-3121, -3135  
mmi@fh-mainz.de



JOHANNES GUTENBERG  
UNIVERSITÄT MAINZ



## Wegweiser Ausbildungs- und Studiengänge Medien am Standort Mainz

IHK für Rheinessen, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, Fachhochschule Mainz