

Innovative Ausbildung für die Medien

Liebe Leserinnen, liebe Leser,

in diesem Heft greifen wir ein Thema auf, dem zweifellos eine hohe Relevanz beizumessen ist. Es geht um die Aus- und Weiterbildung in den Bereichen Medien, Kommunikation und digitaler Technologien. Wir stellen zwei „Media Schools“ vor, die sich seit Jahren um innovative Konzepte in der Digital- und Medienbranche verdient gemacht haben und einen hohen Zuspruch genießen. Zum einen ist dies die Hamburg Media School, die letztes Jahr ihr 20-jähriges Bestehen feiern konnte. Sie versteht sich als ein „Public Private Partnership“ zwischen Wirtschaft, Kunst und Wissenschaft, getragen von der öffentlichen Hand und durch die Medienpraxis. Der thematische Fokus liegt auf Film, Journalismus, Medienmanagement und Digital Media. Die Studiengänge werden in enger Kooperation mit Partnerhochschulen gefahren. Zum anderen präsentieren wir die MEDIASCHOOL BAYERN, die auf eine fast 30 Jahre dauernde Ausbildungsarbeit in den Bereichen Print-, Radio-, Fernseh- und Onlinejournalismus zurückblicken kann. Auch diese Einrichtung basiert auf dem Konzept einer „Public Private Partnership“, ebenfalls mit einer sehr tiefen Fundierung in der Praxis. Mehrheitseigner ist die Bayerische Landeszentrale für neue Medien. Betrachtet man die beiden Schools – wie wir sie darlegen – näher, kann man nur Respekt zollen, wie eng diese Bildungseinrichtungen eine wissenschaftlich fundierte, gleichzeitig aber den konkreten Praxisbezug mit innovativer Ausrichtung betonende Aus- und Weiterbildung betreiben.

Gut zu diesen ausführlichen Hintergrundberichten passt der Blick auf eine Einrichtung, die an der Hochschule der Medien in Stuttgart vor wenigen Jahren ins Leben gerufen wurde. Das dortige „Institut für Moderation (imo)“ hat 2023 erstmals den „Stuttgarter Medienpreis“ verliehen, mit dem ein Akzent im Hinblick auf qualitativ hochwertigen Journalismus gesetzt werden soll. Die Preise wurden in einem Festakt von HdM-Honoraryprofessor und ARD-Fernsehmoderator Ingo Zamperoni verliehen.

Beachten Sie in diesem Heft weitere interessante Beiträge, so die Goldmedia-Studie und den detaillierten DGPK-Bericht über der Fachgruppen-Jahrestagung. Fortgeführt werden auch die beiden Serien: In der Serie „Der öffentlich-rechtliche Rundfunk in der Diskussion“ blicken wir dieses Mal über den Tellerrand hinaus und beleuchten die Situation der SRG in der Schweiz und des ORF in Österreich. In vielerlei Hinsicht ähnelt sich die Entwicklung derjenigen in Deutschland, aber es gibt auch bemerkenswerte Unterschiede. Nach der Veröffentlichung des Gutachtens des „Zukunftsrates“ werden wir diese Serie auch im nächsten Heft mit Statements fortsetzen. Die zweite Serie mit dem Titel „Die Macht der Internetgiganten“ startete im letzten Heft mit einem provokativen Beitrag zur Frage, ob nicht ein völliger „digitaler Neustart für freien Wett-



Prof. Dr. Martin Gläser

Hochschule der Medien, Stuttgart
glaeser@hdm-stuttgart.de



Prof. Dr. Georgios Gounalakis

Philipps-Universität Marburg
gouna@jura.uni-marburg.de



Prof. Dr. Thomas Hess

Ludwig-Maximilians-Universität München
thess@lmu.de



Prof. Dr. Frank Lobigs

Technische Universität Dortmund
frank.lobigs@udo.edu



Prof. Dr. Christoph Neuberger

Freie Universität Berlin
christoph.neuberger@fu-berlin.de



Prof. Dr. Insa Sjurts

Hamburg School of Business Administration
insa.sjurts@hsba.de

bewerb und Vielfalt in den digitalen Märkten“ notwendig sei. Wir haben hierzu die Vorsitzende des Digitalausschusses des Deutschen Bundestages, MdB Tabea Rößner, zu einem Interview gewinnen können und geben ihre Einschätzung wieder.

Wir wünschen eine interessante Lektüre!

Die Herausgeber