

„Neue Impulse geben“

MHMK will mit Musikmanagement-Ausbildung dem Branchenwandel gerecht werden

„Sehr zufrieden“ ist Prof. Martin Lücke mit dem Start des Studienschwerpunkts Musikmanagement an der Münchner Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation (MHMK): „Wir haben Studenten ausgesucht, die sich einbringen, die über den Tellerrand hinausschauen und bestimmt in zwei, drei Jahren in der Lage sind, der Musikindustrie neue Impulse zu geben.“

Als erstberufener Professor für Musikmanagement leitet Lücke vom Münchner Hauptsitz der privaten Fachhochschule aus die Studienrichtung. Gestartet war der Studienschwerpunkt zum Wintersemester 2009/2010 als Teil des akkreditierten Bachelor-Studiengangs Medienmanagement mit dem Anspruch zur Orientierung einer im Umbruch befindlichen Branche beizutragen. Dafür setzt die MHMK neben der Vermittlung von BWL- und Projektmanagement-Kenntnissen auch auf Soft Skills aus der Musikpsychologie und -soziologie. Ein thematisch breit angeleg-



Leitet den Studienschwerpunkt Musikmanagement an der MHMK: Prof. Martin Lücke (Foto: privat)

ter Mix aus Vorlesungen, Übungen, Exkursionen und Projekten, die überwiegend mit Partnern aus der Musikbranche umgesetzt werden, soll Absen, in verschie 26 | 2010 musikmarkt em seien Branchen- freie Lehrbeauftragte er MHMK tätig. Neben dem notwendigen Fachwissen vermittelt der Studiengang außerdem jobrelevante Kenntnisse in Kommunikationstechniken wie Rhetorik, Moderation und Präsentation.

Einen hohen Stellenwert genießt die Praxis. So ist die Teilnahme an internen und externen Pro-

jekten integraler Bestandteil des im dritten Semester beginnenden Studienschwerpunktes. Darüber hinaus steht im fünften Semester ein 20-wöchiges Pflichtpraktikum auf dem Stundenplan, das die Studierenden im In- oder Ausland absolvieren können. Einige hätten sich dafür bereits ihre Plätze bei Sony Music gesichert, verrät Lücke. Im Hinblick auf die spätere Jobsuche sieht er einen doppelten Nutzen, da der

Nachwuchs neben der Aneignung von Know-how auch gezieltes Networking bei einem potenziellen Arbeitgeber betreiben kann. Neben dem notwendigen Fachwissen vermittelt der Studiengang außerdem jobrelevante Kenntnisse in Kommunikationstechniken wie Rhetorik, Moderation und Präsentation. Besondere Unterstützung für an-

gehende Selbständige soll es ab 2011 geben, wenn der Studiengang von sechs auf sieben Semester verlängert wird. Unter anderem gilt es dann für die Studierenden, sich mit der Ausarbeitung eines Businessplans auseinanderzusetzen. Langfristig ist vorgesehen, auf jedem Kontinent eine Partnerinstitution zu etablieren, über einen ergänzenden Masterstudiengang im Bereich Musikmanagement wird ebenfalls nachgedacht.

Wer an der MHMK Medienmanagement studieren will, muss die Hochschul- oder Fachschulreife besitzen und einen Test sowie ein Eignungsgespräch erfolgreich bestehen. Bewerbungen für das Wintersemester sind noch bis 15. August möglich. Der Schwerpunkt Musikmanagement wird dann außer in München erstmalig auch an den Standorten in Köln, Hamburg, Stuttgart und Berlin angeboten. Kostenpunkt des Medienmanagement-Studiums: 4500 Euro pro Semester. (ts)

Weitere Informationen:
www.macromedia-hochschule.de