

Die Studienrichtung basiert auf den Erkenntnissen der integrierten Kommunikation. Tragende Säulen sind die Unternehmens- und Marketingkommunikation, die Markenführung und Marktforschung, die Online-Kommunikation sowie die Förderung der sprachlich-kommunikativen Kompetenzen. Der Arbeitsplatz kann in einer PR- oder Marketing-Agentur, in der Corporate Communications oder Marketing- und Werbeabteilung eines Unternehmens, im Medien- oder Fundraisingbereich einer Nonprofit-Organisation, im Informationsdienst eines Verbandes, einer Verwaltung oder in der internen Kommunikation liegen.
 → www.bachelor-wirtschaft.hslu.ch

Das Tor zur Karriere

BACHELOR-STUDIUM Die komplexe Informationsgesellschaft stellt hohe Anforderungen an die Marketing- und Kommunikationsfachleute. Was es braucht, um als künftige Spezialisten erfolgreich zu sein, lernen die Bachelor-Studierenden der Hochschule Luzern – Wirtschaft in der Vertiefungsrichtung Kommunikation und Marketing. Ein Erfahrungsbericht aus der Praxis.

VON CLAUDIA THÖNY*

Die beiden Türflügel sind weit geöffnet, und die warme Luft strömt ihnen von drinnen entgegen. Es scheint, als ob die Pforte einladend ihre Arme ausbreitet, um sie in den Mutterschoss der Bildung aufzunehmen. Sie, das sind rund 300 neue Studierende, die an diesem kühlen Montagmorgen im Oktober 2005 den modernen Betonkomplex der Hochschule Luzern – Wirtschaft mit einem gemeinsamen Ziel betreten: Dem Bachelor of Science in Business Administration. In rund drei Jahren wollen sie durch dieselbe Tür hinausgehen, voll bepackt mit Wissen, Fähigkeiten, Erfahrungen und dem betriebsökonomischen Bachelor-Diplom. Bis dahin steht ihnen ein herausfordernder Weg bevor, auf welchem sie Durchhaltevermögen, Belastbarkeit sowie Fleiss und Können beweisen müssen.

Heute, sechs Semester später, haben es rund zwei Drittel der damaligen Anfänger bis in die Endrunde geschafft und gehören in wenigen Wochen zur ersten Generation der Bachelor-Absolvierenden an Schweizer FHs. Viele werden in Kürze den Arbeitsmarkt aufmischen und beruflich durchstarten. Andere fordern sich mit einem weiterführenden Master-Studium an einer Fachhochschule oder Universität heraus und spezialisieren sich innerhalb ihrer jetzigen Studienrichtung noch weiter.

Von der Breite in die Tiefe

Die Vertiefungsmöglichkeiten an der Hochschule Luzern – Wirtschaft auf Bachelor-Stufe sind breit. Nach eineinhalb Jahren fundiertem betriebsökonomischem Grundstudium gabelt sich der Weg in sieben verschiedene Richtungen. Eine davon ist die Studienrichtung Kommunikation und Marketing. Aufbauend auf dem Fundament des Grundstudiums, vermittelt diese Vertiefung das Wissen, das die Studierenden benötigen, um nachher in der

Wirtschaftswelt als bestens ausgebildete Marketing- und Kommunikationsspezialisten agieren zu können. Im Grundstudium erwerben die Studierenden ein breites wirtschaftliches Wissen, welches, kombiniert mit den Fachkenntnissen der später folgenden Studienvertiefung, zu einer ganzheitlichen Sichtweise und zu unternehmerischem Denken führt.

Die Schwerpunkte der Studienrichtung bilden die Unternehmens- und Marketingkommunikation, die Erkenntnisse der integrierten Kommunikation, die Markenführung und Marktforschung, die Online-Kommunikation, Kenntnisse über Medien sowie die Vermittlung des journalistischen und rhetorischen Handwerks. Innerhalb dieser Themen stehen Zeitmanagement, zielorientiertes, vernetztes und analytisches Denken und Arbeiten sowie die Förderung von Sozialkompetenzen im Vordergrund.

Gewappnet für die Realität

Das heutige Informations- und Medienzeitalter stellt Marketing- und Kommunikationsfachleute vor beachtliche Herausforderungen. Zum einen steigen mit den Online-Medien die Kommunikationsmöglichkeiten, zum anderen

nimmt die Aufnahmefähigkeit von Informationen bei den Zielgruppen ab. Die grosse Kunst besteht darin, innerhalb des Informationsdickichts die Aufmerksamkeit der Bezugsgruppen zu gewinnen und dieses Segment nachher als Kunden an eine Unternehmung oder Institution zu binden. Die Studierenden als künftige Kommunikations- und Marketingverantwortliche müssen diesen Anforderungen gewachsen sein. Die fachlichen und persönlichen Voraussetzungen dafür eignen sie sich während des Studiums an. Von diesen Fähigkeiten sollen die zukünftigen Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber profitieren können.

Wie viele ihrer Mitstudierenden befindet sich aktuell auch Andrea Leardi, Studentin im sechsten Semester, in der Bewerbungsphase. Sie befasst sich dadurch intensiv mit den Anforderungen, die der Arbeitsmarkt an die Absolvierenden stellt. «Die hohen Ansprüche, die wir während den letzten sechs Semestern erfüllen mussten, zahlen sich jetzt aus. In den drei Jahren hatten wir in gedrängter Zeit eine beachtliche Menge an Stoff zu bewältigen. Das Studium formte uns so zu belastbaren Marketing- und Kommunikationsfachleuten, die schnell auf neue Situationen reagieren können, wissen, wo Prioritäten zu setzen sind und bereit sind, viel zu leisten.»

Trainiert durch Praxisübungen

Die Inhalte des Bachelor-Studiums basieren auf der Praxis, der Realität der heutigen Wirtschaftswelt. Die zahlreichen Leistungsnachweise und Aufgaben, welche allein oder in Gruppen zu erfüllen sind, fördern gleichzeitig das selbstständige Arbeiten und die Teamfähigkeit. Armin Ledergerber, ebenfalls Student im sechsten Semester, schätzt in diesem Zusammenhang vor allem den Leistungsauftrag, den die Studierenden im Modul Unternehmertum zu erfüllen haben. «In interdis-

ziplinären Teams erarbeitete jede Gruppe einen realistisch umsetzbaren Business-Plan. Jeder konnte dort das Spezialwissen seiner Studienrichtung einbringen, und die Gruppe profitierte somit von den verschiedenen Synergien, die sich daraus ergaben.»

Zu den journalistischen Herausforderungen gehört im fünften Semester unter anderem das Verfassen einer Reportage. Nachdem sich die Studierenden in den vorhergehenden Semestern intensiv mit den verschiedenen Textsorten auseinandersetzen, dürfen sie dieses Wissen in Form einer journalistischen Reportage umsetzen. In Einzelarbeit führen sie in diesem Modul Interviews durch, recherchieren, schreiben, halten Redaktionskonferenzen, lassen sich von Dozierenden coachen, feilen an ihren Texten und der Gestaltung, bis sie am Ende ihre publikationsreifen Reportagen dem Plenum präsentieren dürfen. Wie viele andere Leistungsnachweise erstrecken sich auch das Business-Plan-Projekt und die Reportage über ein ganzes Semester. «Diese Erfahrungen lehrten uns, nebst den fachlichen Inhalten, Projekte zu koordinieren und ein optimales Zeitmanagement zu verfolgen», meint Armin Ledergerber.

Noch spezialisierter dank Master

Auch Andrea Leardi sieht den Benefit solcher Projekte. «Durch die unterschiedlichen Inhalte sämtlicher Module und die damit verbundenen Aufgaben konnte ich mir ein ganzheitliches und zusammenhängendes Wirtschaftswissen erarbeiten. Diese Kenntnisse helfen



Die Vertiefungsmöglichkeiten an der Hochschule Luzern sind auf Bachelor-Stufe breit: Sieben verschiedene Studienrichtungen stehen zur Verfügung.

mir enorm, die Bereiche Kommunikation und Marketing als Teile eines grossen Ganzen zu sehen und mich darin zurechtzufinden.»

Das Bachelor-Diplom ist aber nicht nur Türöffner für eine vielversprechende Berufskarriere, sondern berechtigt auch zum weiterführenden Master-Studium. Ab dem kommenden Herbst sind Master-Studiengänge an der Hochschule Luzern – Wirtschaft möglich. Darunter befindet sich auch der Master in Business Administration – Major in Business Development & Promotion, der sich u.a. an Absolvierte der Richtung Kommunikation und Marketing richtet.

Die Möglichkeit, nach einem FH-Bachelor ein Weiterstudium auf Master-Stufe zu absolvieren, gehört zu einem der zahlreichen Vorteile, welche die noch junge Bologna-Reform mit sich gebracht hat. FH-Studierende können fortan an Universitäten und Fachhochschulen ihre Master-Studiengänge belegen. Von dieser Neuerung beabsichtigt auch Armin Ledergerber zu profitieren. «Ich möchte mir zusätzliches Managementwissen aneignen und mich

im Bereich Marketing weiterspezialisieren. Kundenorientierte Unternehmensführung interessiert mich, deshalb werde ich auf diesem Gebiet weitere Kompetenzen erwerben.» Vom Master-Studium erhofft er sich vor allem auch im internationalen Bereich noch bessere Berufsperspektiven und Aufstiegschancen.

Wohin es geht

Mit der Einführung des Bachelor-Systems sind die Entwicklungsmöglichkeiten für die Studierenden an Fachhochschulen noch weiter gewachsen. Entwickelt haben sich auch die Möglichkeiten, ein Auslandsemester zu absolvieren. Das europakompatible Qualifikationssystem ECTS (European Credit Transfer System), mit welchem die Bachelor- und Master-Leistungen international bewertet werden, vereinfacht länderübergreifende Studienaufenthalte. Studierende der Fachrichtung Kommunikation und Marketing haben die Qual der Wahl: Über 30 Partnerhochschulen in 14 Ländern kooperieren innerhalb des Studentenaustausch-Programms Erasmus

mit der Hochschule Luzern – Wirtschaft. Ob nun mit oder ohne Auslandsemester, die Studierenden der Richtung Kommunikation und Marketing erwartet auf jeden Fall ein breites Spektrum an beruflichen Tätigkeitsbereichen. Zu ihren zukünftigen Arbeitsplätzen gehören unter anderem PR-, Marketing- und Kommunikationsagenturen oder auch einzelne solcher Abteilungen innerhalb von Profit- und Nonprofit-Organisationen. Ein mögliches Berufsfeld bietet auch die Medien- und die damit verbundene Journalismusbranche.

Wer eine Karriere in diesen Berufsbereichen anstrebt und sich für das betriebsökonomische Studium mit dem Schwerpunkt Kommunikation und Marketing entscheidet, muss sprachgewandt sein, kommunikatives Flair besitzen, vernetzt denken können und sich für strategische Fragen und Analysen interessieren. Sind diese und die allgemeinen Voraussetzungen für ein Bachelor-Studium an Fachhochschulen erfüllt, so ist ein kleines Stück des erfolgreichen Weges bereits gegeben.

Ins Ziel zum nächsten Start

Die diesjährigen Absolvierenden sind ihrem studentischen Ziel nahe und befinden sich in Kürze in den Startboxen ihrer beruflichen Karrieren. Ihre Zukunftsvorstellungen sind in den drei Jahren sehr viel konkreter geworden. Armin Ledergerber hat seinen Weg vor Augen: «Nach meinem Master-Studium möchte ich im Marketingbereich einer möglichst international tätigen Unternehmung Fuss fassen und für diese Firma eine Zeit lang im Ausland arbeiten. Dabei sollen Führungsaufgaben später zum Bestandteil meiner Verantwortungen gehören.» Der Abgabetermin der Bachelor-Arbeit rückt näher, und die Endprüfungen stehen bevor. Sobald diese letzten Hürden gemeistert sind, werden die Absolvierenden, mit Wissen, Fähigkeiten und Erfahrungen beladen, nach draussen treten und ihre nächsten Ziele in Angriff nehmen. ■



Cleudia Thöny, studiert im sechsten Semester Betriebsökonomie an der Hochschule Luzern – Wirtschaft mit Schwerpunkt Kommunikation und Marketing

Anzeige

Fresh Marketing



18. September 2008

Hochschule Liechtenstein, Vaduz

www.marketingtag.li

Träger



HOCHSCHULE
LIECHTENSTEIN

Presenting Partner

LEONE MING

W&M Marketing

