

Kooperation mit Unternehmen/Organisationen in der Lehrveranstaltung (LV) „Capstone Project“ im Masterstudiengang „Digitale Medien und Kommunikation“ (MDMK)

Infos zum Studiengang

- Leitung: Prof.(FH) Mag. Dr. Michael Roither, MBA
- Inhalt: berufsbegleitender Masterstudiengang mit Fokus auf digitale Kommunikation; abgesehen von einem breiten Zugang in der Kommunikation (PR, Marketing, Medien/Journalismus), der dem Konvergenzmedium Web gerecht wird, führt ein Schwerpunkt im Bereich User Centered Design und Medien-IT zu entsprechend technisch und gestalterisch vorgebildeten Kommunikator:innen
- Dauer: 4 Semester, Start jährlich im September
- Abschluss: Master of Arts (MA) in Social Sciences
- Studienplätze pro Jahrgang: Ø 36 (zu 80% wird aufgeteilt in 2 Gruppen á 18 gelehrt)
- Aufnahmequote aktuell (Bewerber:innen zu Aufgenommenen): ca. 4:1
- „Studiengangs-DNA“ aktuell: Ø-Alter 26 Jahre; 83% ♀ 17% ♂; Vorstudium 85% an FH, 15% UN; 23 verschiedene (i.d.R. kommunikationsbezogene) Bachelor-/Diplom-Vorstudien an 14 verschiedenen Hochschulen; beruflicher Hintergrund ca. ein 40% Marketing, 30% PR, 20% Journalismus oder Contentproduktion, 10% Mediendesign, Medien-IT; einschlägige Berufserfahrung bei Studienantritt im Ø ca. 1,5 Jahre

Infos zur Lehrveranstaltung

- Dauer: 2 Semester (Sommersemester/Wintersemester), insgesamt 10 ECTS Workload (entspricht ca. 250 Stunden)
- Beginn: Ende Februar jeden Jahres (Beginn 2. Semester des Studiums), Ende: jeweils Ende Januar/Anfang Februar des Folgejahres
- Ziel: Konzeption und (ein je nach Auftraggeber variierender Anteil an) Umsetzung eines Praxis-Großprojektes in einer Kleingruppe (3-4 Personen), das die Masterstudierenden in dieser Dimension in ihrer Berufspraxis noch nicht umsetzen konnten. Im Mittelpunkt steht das konkrete Bewältigen einer größeren kommunikativen Herausforderung eines Unternehmens bzw. einer Organisation.
- Schwerpunkte: Projekte werden in fünf Schwerpunkten (mit jeweils spezifischen Coachings mit Praxisexpertise im Schwerpunkt) vergeben, wobei die Studierenden in der Vorbereitungsphase der LV ihren Schwerpunkt je nach beruflichem Interesse frei wählen dürfen (keine Kontingente):
 - *PR/Organisationskommunikation*
 - *Marketing*
 - *User Centered Design*
 - *Medien-Informatik*
 - *Content/Journalismus*

Innerhalb des jeweils gewählten Schwerpunkts werden zu LV-Beginn die Kleingruppen/Teams zu 3-4 Personen gebildet.
- Lerneffekte gibt es auf vier Ebenen:
 - *Konzeption:* vom Briefing über Ziele, Zielgruppen, Botschaften, Strategien, Maßnahmen und Monitoring bis hin zur Evaluierung
 - *Inhalt:* je nach gewähltem Schwerpunkt entweder Vertiefung von Knowhow oder Einstieg in eine neue Materie
 - *Präsentation:* die Studierenden erhalten ein aufbauendes Präsentationstraining und stellen die Ergebnisse einmal als Zwischenergebnis nach dem ersten LV-Semester und einmal als Endergebnis nach dem zweiten LV-Semester vor (Projektauftraggeber sind dazu herzlich eingeladen!).

- *Projektmanagement*: Alle Projekte werden nach Projektmanagement-Austria-Standards (pma) umgesetzt und dokumentiert; optional ist eine (für Studierende um 50 % vergünstigte) Projektmanagement-Zertifizierung möglich, für Neueinsteiger in diesem Bereich wird außerdem flankierend ein Freifach in diesem Bereich angeboten

Infos zur Kooperation mit dem Unternehmen/der Organisation

➤ Nutzen:

- Eine Gruppe von berufsbegleitend Masterstudierenden mit einschlägiger Berufserfahrung erstellt kostenlos ein vollumfängliches, detailliertes Konzept (i.d.R. 1. Semester) und
- setzt dieses nach Möglichkeit auch direkt um (i.d.R. 2. Semester). Die Verteilung des Umfangs von Konzeptions- und Umsetzungsphase kann je nach Projekt variieren, dies wird zu Projektbeginn festgelegt. Nicht möglich ist eine direkte operative Einplanung der Ressourcen der Studierenden nach Projektbeginn, eine konzeptionelle/analytische Phase ist vorab verpflichtend und relevant für den Lerneffekt.
- Am Ende des Projekts erfolgt zur „Abnahme“ vor Publikum eine Abschlusspräsentation, zu der der/die Auftraggeber:in herzlich nach Eisenstadt an die FH Burgenland eingeladen wird.
- Der/die Auftraggeber:in erhält danach von allen erarbeiteten Inhalten einen detaillierten Bericht – es entsteht quasi ein Handbuch zur (weiteren) Umsetzung des Konzeptes, der Maßnahmen, soweit gewünscht und möglich. Dazu werden auch Arbeitsmaterialien (i.d.R. digital) übergeben.

➤ Ablauf der Zusammenarbeit:

- Der/die Auftraggeber:in tritt in Kontakt mit der Studiengangsleitung (STGL), zur Diskussion des Themas. Ziel ist es, die Rahmenbedingungen zu klären und das Projekt soweit zu präzisieren, dass es
 - a) in Komplexität und Umfang der zweisemestrigen LV angemessen ist und
 - b) zum Kick-Off der LV von der STGL „gepitch“ werden kann. Vorschläge für Projekte müssen bis Ende Januar eines jeden Jahres bei der STGL eingelangt sein.
 Die Studierenden dürfen nach dem Pitch beim Kick-Off ihr Projekt wählen, was zu deutlich mehr Engagement und höherer Qualität in den Ergebnissen führt. Nach dem erfolgreichen Pitch in der LV kommt das Team auf den/die Auftraggeber:in bzgl. eines Briefings zu, ggf. auch für ein Rebriefing kurze Zeit später. Optimaler Weise wird hier ein möglichst klares Bild des Auftrags vermittelt (Ziele, Ressourcen, Zeithorizonte, Vorbedingungen, vorhandenes Material usw.), damit das Projekt nicht „auf Sand“ gebaut wird.
- Im weiteren Verlauf bleiben Team und Auftraggeber:in kommunikativ verbunden, sodass die Erarbeitung bzw. Umsetzung der Maßnahmen eng an den Vorgaben erfolgen kann. Ein intensiver Kontakt ist hier in der Regel naturgemäß nur dann notwendig, wenn gemeinsam Maßnahmen praktisch umgesetzt werden – Events, Kampagnen, technische Adaptionen usw.

➤ Auftraggeber:

- Entscheidend ist für die LV eine breite Palette an möglichst verschiedenen Auftraggeber:innen, kleine wie große Unternehmen, Organisationen oder Agenturen, NGOs wie Profit-Unternehmen, lokal/regional, national wie auch international.
- Dies zeigt auch eine Auswahl der bisherigen AuftraggeberInnen seit Beginn der LV in dieser Form im Jahr 2015, hier grob geclustert nach Branchen/Unternehmensform:
 - ✓ Lebensmittel: Hakuma, Genussakademie Burgenland, Süßmund Kaffee, Paul & Ernst Streetfood Solutions, Kaffee Provokateur, Café Vanessa
 - ✓ Events: Haydn Festival, Neuberger Kulturtag, Concordia Ball/Presseclub Concordia,
 - ✓ Medien: ORF, Alice, Vangardist
 - ✓ NGOs: UNESCO – Explore Chad, Caritas, AmberMed, Hilfe Direkt, Jugend am Werk, Lebenshilfe Niederösterreich
 - ✓ Startups: netidee, 5inVienna, Unverpackt Austria, Feel Again, Akatelier
 - ✓ Energie: Energie Burgenland, Clean Energy, Green Energy Lab
 - ✓ Gesundheit/Bewegung: Schiha Vital, Naturstube Perchtoldsdorf

- ✓ Sport: Funtastic, Blue Devils Wiener Neustadt, Breitfellner crafts & sports
- ✓ Design: Welderly, Formbytime, Ruth Gold/Crookedbynature
- ✓ Bildung: Vida Digitrain, Burgenländisches Musikschulwerk, HBLA Oberwart, FH Burgenland, Studo, Sofa-Magazin.at, Adalbert Stifter Gymnasium Linz, Studiprojekte.at, Mittelschule Kobersdorf
- ✓ Kultur/Freizeit: Family Park, Kulturbaustelle
- ✓ Immobilien/Bau: Mapei, RES Immo
- ✓ Öffentliche Einrichtungen: Nationalpark Neusiedlersee, Landessicherheitszentrale Burgenland



- Auszeichnung: Das Konzept zur Lehrveranstaltung, der „Competence Layer Cake“, wurde 2021 mit dem Anerkennungspreis (entspricht einem zweiten Platz) des ARS DOCENDI (Staatspreis für Lehre) des Wissenschaftsministeriums ausgezeichnet.

➤ Kontakt:

Prof. (FH) Mag. Dr. Michael Roither, MBA

Vizerektor für Internationales

Leiter Masterstudiengang Digitale Medien und Kommunikation

Fachhochschule Burgenland GmbH, Campus 1, A-7000 Eisenstadt, Österreich

Mobil: +43 664 13 55 459

E-Mail: michael.roither@fh-burgenland.at

LinkedIn: <https://at.linkedin.com/in/roither>

Twitter/X: https://twitter.com/michael_roither