

Wegbegleiter

Die FH St. Pölten bildet seit über zehn Jahren Nachwuchs für die heimische Marketing- und Kommunikationsbranche aus.

ST. PÖLTEN. Zehn bzw. 15 Jahre ist es her, dass an der Fachhochschule St. Pölten die ersten Studierenden Marketingvorlesungen besuchten. Mehr als 800 Alumni brachten der Bachelorstudiengang Marketing & Kommunikation bzw. der Masterstudiengang Digital Marketing & Kommunikation gemeinsam hervor.

medianet sprach mit den beiden Studiengangsleitern Helmut Kammerzelt und Harald Wimmer über die Entwicklung der Studien, besondere Projekte und die Frage, was ihnen am Job am meisten Spaß macht.

Digital Schritt halten

Als 2006 der Bachelorstudiengang startete, war die Marketingwelt zum größten Teil noch eine analoge – SEO, SEA, Social Media, Programmatic Advertising und Co. steckten noch in den Kinderschuhen. Wenn auch die Kernausrüstung des Studiums gleich geblieben ist, meint Kammerzelt, so wurde der Studiengang adaptiert und somit digitaler ausgerichtet. Dies äußerte sich zum einen durch eigene Lehrveranstaltungen zu digitalen Themenfeldern, aber auch durch die Integration des Themas in bestehende Kurse.

„Gefühlt entwickelt sich die Kommunikationsbranche, bedingt durch die Digitalisierung,



© FH St. Pölten/Florian Six

Abschlüsse

Der Bachelorstudiengang Marketing & Kommunikation brachte 621 Absolventinnen und Absolventen hervor, 196 sind es im Masterstudiengang Digital Marketing & Kommunikation.

seit einiger Zeit schneller als zu Start des Studiengangs“, erklärt Kammerzelt.

Die zunehmende Digitalisierung hätte sich auch im Masterstudiengang niedergeschlagen. Laufende Adaptierungen und Anpassungen seien notwendig, um mit „dem extrem raschen digitalen Wandel Schritt halten“ zu können, ergänzt Harald Wimmer. Dabei helfen würde unter anderem der Alumni-Beirat, der sich aus Absolventinnen und Absolventen der Studiengänge zusammensetzt und jährlich mögliche Adaptierungen diskutiert.

Praxisnah lehren und lernen

Da Fachhochschulen in Ausbildungen einen Fokus auf die praktische Anwendung legen, setzen die Marketing-Studiengänge auf Praxisprojekte von ausgewählten Partnern aus der Branche.

Campus

Seit 2015 wurde am Zubau der FH St. Pölten gearbeitet. Mit Semesterstart sind die neuen Räumlichkeiten im Zubau bereits zugänglich.

Ein konkretes Projekt könne Wimmer nicht als besonders hervorheben, „da alle Projekte, die wir mit den Unternehmen durchgeführt haben, sehr wichtig und wertvoll im Rahmen der Ausbildung waren“. Die Studiengänge seien in der glücklichen Lage, laufend Projektanfragen von Unternehmen zu erhalten und eine breite Auswahl zu haben. In der Vergangenheit

”

Wir müssen mit unserer Ausbildung mit dem extrem raschen digitalen Wandel Schritt halten.

Harald Wimmer
Fachhochschule St. Pölten

“



© Agnese Aitner