

Yannik Bockius (B.Sc. mmi)



Yannik Bockius
Teamleiter Online, MPM, Mainz

Der Bereich Medien und IT ist für viele Abiturienten ein sehr interessantes und reizvolles Arbeitsumfeld. Auch für mich stand nach meinem Fachabitur (bereits hier hatte ich den Schwerpunkt Medien gewählt) fest, in die Kommunikationsbranche einzusteigen. Ich entschied mich 2008 für eine Ausbildung als Kaufmann für Marketingkommunikation bei der Agentur MPM, da ich meine Interessen und Stärken vor allem in der kaufmännischen Richtung sah. Nach zweieinhalb Jahren hielt ich dann meinen Abschluss in der Hand und stellte mir die Frage: Was nun?

Klar war für mich, dass ich weiterhin in der Agentur arbeiten wollte, da mir die Tätigkeit dort einfach Spaß machte. Aber ich wollte gleichzeitig meine Ausbildung fortsetzen. Hier eröffnete sich an der Hochschule Mainz für mich eine gute Gelegenheit: Im Herbst 2011 wurde dort erstmals der duale Studiengang Medien, IT & Management (mmi) angeboten. Nach dem Besuch des Infoabends stand für mich fest, dass ich beim ersten Jahrgang des mmi-Bachelorstudiengangs mit dabei sein wollte.

Spagat zwischen Arbeit und Studium

Nun lagen vier anstrengende, aber auch sehr spannende Jahre vor mir. Denn so ein berufsbegleitender Teilzeit-Studiengang ist schon eine ziemliche Herausforderung: Montags bis donnerstags arbeitete ich weiterhin in der Agentur, freitags und samstags besuchte ich die Vorlesungen an der damaligen Fachhochschule. Freizeit blieb mir bei diesem Spagat zwischen Arbeit und Studium kaum noch. Schließlich hatte ich als Projektmanager in der Onlineabteilung bei MPM nun meine eigenen Kunden und Projekte, für die ich verantwortlich war. Und reine Anwesenheit bringt einen auch im Studium nicht zum Erfolg – die Inhalte wollten vor- und nachbereitet werden. Kurzum: Ich war wirklich ausgelastet. Auch Freunde und Familie kamen in dieser Zeit manchmal etwas zu kurz.

Gleichzeitig merkte ich, dass sich die viele Arbeit und vor allem die Verzahnung von Theorie und Praxis für mich auszahlten. Meine Praxiserfahrungen aus dem täglichen Geschäft in der Agentur halfen mir, das neue Wissen aus den Vorlesungen schneller einzuordnen, und umgekehrt konnte ich die theoretischen Skills aus dem Studium optimal für meinen Job nutzen.

Gesamtüberblick von Technik bis BWL

Als Bereicherung empfand ich es auch, dass viele Teilnehmer des mmi-Studiengangs einen anderen Background hatten als ich. Denn neben kaufmännisch orientierten Studenten wie mir gab es auch Kommilitonen, die aus kreativen oder eher technisch orientierten Berufen kamen. Daraus resultierte natürlich auf der einen Seite ein besonderer Anspruch an die Lehrenden, uns allen trotz verschiedener Wissensstände das Know-how aus den Fächern zu vermitteln. Gleichzeitig erhielten wir durch die unterschiedlichen Vertiefungsinhalte einen guten Gesamtüberblick über die verschiedenen Aufgabengebiete im Medien- und IT-Bereich – von Business Planning über Web Analytics bis hin zur Programmierung. Und durch den persönlichen Erfahrungsaustausch mit den Kommilitonen bekam ich zudem



Medienproduktion ist heute crossmedial. Das verändert auch die Aufgaben eines Projektmanagers.

viele hilfreiche Eindrücke aus den unterschiedlichen Berufsbildern.

Vom Projektmanager zum Teamleiter

Als ich im April 2015 schließlich das mmi-Studium mit dem Bachelor of Science abschloss, begann für mich in zweierlei Hinsicht ein neuer Lebensabschnitt: Zum einen hatte ich endlich wieder ein bisschen mehr Zeit für Sport und Freunde. Aber auch bei MPM standen für mich neue Herausforderungen bereit. Mit dem Studienabschluss übernahm ich in der Agentur die Position des Teamleiters in der Onlineabteilung. Zu diesem Zeitpunkt lagen nun bereits sieben MPM-Jahre hinter mir, in denen ich eine große Bandbreite an Aufgaben erlebt hatte. Angefangen hatte ich als Azubi, der den erfahrenen Kollegen zuarbeitete und schließlich erste kleinere Teilprojekte eigenständig übernahm. Als Projektmanager hatte ich gelernt, auch umfangreiche Online- bzw. Crossmedia-Projekte ganzheitlich abzuwickeln – von der Planung und Konzeption bis zur Steuerung und natürlich der kontinuierlichen Absprache mit den Kunden.

Mit dem Schritt zum Teamleiter, der für mich ohne das berufsbegleitende Studium sicher nicht so schnell möglich gewesen wäre, haben sich in den vergangenen Monaten nun erneut einige neue Herausforderungen aufgetan: Dazu gehörte zualererst zu verinnerlichen, was Führung letztendlich bedeutet, und dies auch im Tagesgeschäft umzusetzen. Auch wenn in Agenturen bekanntlich viele junge Menschen arbeiten, gilt dies nicht zwangsläufig für die Führungsebene. Im Alter von 27 Jahren bereits 15 Mitarbeiter zu führen, ist kein Selbstläufer. Es reicht nicht mehr, seinen eigenen kleinen Projekt-Kosmos zu organisieren. Als Teamleiter ist es meine Aufgabe, bereichsübergreifend zu planen. Ich muss zusehen, dass alle meine Mitarbeiter ausgelastet sind und möglichst optimal nach ihren Stärken und Kompetenzen bei den Projekten eingesetzt werden. Auch die Themen Motivation und Durchsetzungsfähigkeit beschäftigten mich nun auf einmal in meinem Arbeitsalltag. Denn natürlich



Ganzheitliche Kommunikationslösungen entstehen durch die Verbindung von Kreation und effizienten Prozessen.

war es mir wichtig, mir rasch die notwendige Anerkennung als neue Führungskraft zu verschaffen.

Die Zukunft ist crossmedial

Trotz meiner neuen Aufgabe ist es mir wichtig, weiterhin eng in die konkrete Projektarbeit und -akquise eingebunden zu sein und meine eigenen Projekte zu betreuen. Durch die kontinuierlichen Veränderungen in der Medien- und Kommunikationsbranche wird die Arbeit zum Glück nie langweilig. Ich bin überzeugt, dass dies auch in Zukunft so sein wird. Vor allem das Thema Crossmedialität wird aus meiner Sicht in den kommenden Jahren eine immer zentralere Rolle in der Medienproduktion spielen. MPM ist als Agentur aus meiner Sicht hier besonders gut aufgestellt, da wir Kreativleistungen einer klassischen Agentur mit modernen Softwarelösungen für effiziente Publishing-Prozesse verbinden und so unsere Kunden ganzheitlich beraten und betreuen können. Viele unserer Kunden beauftragen uns beispielsweise für ihren jährlichen Geschäftsbericht einerseits mit der konzeptionellen Ausarbeitung

der Kommunikationsstrategie und der grafischen und textlichen Umsetzung des Berichts. Sie nutzen andererseits aber auch unser Redaktionssystem, um Zeit und Kosten zu sparen und die Prozesssicherheit zu erhöhen.

Genau diese Verbindung von Kreation und Technik ist aus meiner Sicht der Weg, den immer mehr Kommunikationsdienstleister in Zukunft gehen werden. Auch die Trennung von Print, online und Mobile ist längst überholt. Die Medienkanäle ergänzen sich und wachsen zu transmedialen Erlebniswelten zusammen. An einen Projektmanager steigen somit die Anforderungen. Um einen Kunden ganzheitlich und kanalübergreifend betreuen zu können, muss er sowohl in Fragen der Technik als auch in konzeptioneller Hinsicht Ahnung haben. Genau in dieser Bandbreite an Kompetenzen liegt aus meiner Sicht das zukunftsweisende Profil eines Projektmanagers in Agenturen, Verlagen oder Medienhäusern. Für dieses Ziel ist der Studiengang Medien, IT & Management an der Hochschule Mainz der richtige Weg.