

# Havas plant direkt an der Ausbildungsquelle

Havas Media setzt auf eine enge Kooperation mit der FH St. Pölten, um Mediafachkräfte direkt aus den Absolventen rekrutieren zu können.

Bericht von **Michael Fiala**

Die Suche nach geeigneten Mitarbeitern ist für Mediaagenturen nicht immer eine einfache Sache. Umso besser ist es, wenn sich in einem Netzwerk gute Möglichkeiten ergeben, um die Qualifikationen neuer Mitarbeiter zu gewährleisten. Dieses Dreieck ist in den vergangenen Jahren zwischen der Agentur Havas Media, der FH St. Pölten und deren Absolventen entstanden.

„Die Agenturen an sich haben immer ein wenig das Problem gehabt, dass es keine Jugendlichen gibt, die das Berufsbild ‚Mediaplaner‘ oder ‚Dataminer‘ im Kopf haben“, erläutert Havas-Media-CEO **Michael Göls** bei einem HORIZONT-Roundtable mit **Helmut Kammerzelt**, Studiengangsleiter Media- und Kommunikationsberatung an der FH St. Pölten und den drei FH-Absolventen Karin Bartl, Kerstin Schießler und Gabriel Delano. Göls ergänzt: „Das hat sich zum Glück mit der FH St. Pölten geändert. Wir stellen fest, – das zeigen die Dichte und die Generationen an Absolventen – dass an der FH St. Pölten eine sehr zielgerichtete Ausbildung stattfindet. Da ist mit sehr

viel Herzblut etwas geschaffen worden, gepaart mit hohem, fachlichem Wissen.“

Dass die Absolventen der FH bei den Agenturen nicht aufwändig eingeschult werden müssen, liegt für Kammerzelt an der praxisorientierten Ausbildung: „Immer, wenn wir



**Helmut Kammerzelt**, Studiengangsleiter Media- und Kommunikationsberatung an der FH St. Pölten, sieht eine Win-win-win-Situation. © Elena Azzalini

ein Studium entwickeln, binden wir Personen aus der Praxis ein“, so der FH-Studiengangsleiter. Im Laufe des Studiums können sich Studenten, FH und Agentur dann gegenseitig befeuern: „Wir merken auch, dass Erstsemestrige noch zurückhaltend sind beim Thema Media. Im Laufe des Studiums nimmt die Begeisterung für das Thema dann zu, spätestens dann, wenn die Studenten und Studentinnen ein Praktikum wie zum Beispiel

bei der Havas Media absolvieren.“ Die Praktika böten eine Vielseitigkeit, die geschätzt wird.

## Punktgenaues Lernen

Dies bestätigen auch die Absolventen. Bartl: „Ich habe es sehr geschätzt, dass man bereits beim Vorstellungsgespräch die Lehrinhalte der FH St. Pölten geschätzt hat, während anderswo meine Studienrichtung, nämlich Medienmanagement, oft noch nicht so bekannt war.“ Auch für Kerstin Schießler war der Übergang zur Agentur fließend. Und: „Bei den Vorstellungsgesprächen kannte jeder den Studiengang, das war sehr angenehm.“

Die praxisorientierte Ausbildung schätzt auch Gabriel Delano: „Wir kennen beispielsweise beim Radiotest nicht nur die Funktion und die Erhebung der Daten, sondern wir haben auch gelernt, diese Zahlen richtig einzuschätzen, was mindestens genauso wichtig ist.“ Göls bestätigt: „Zudem lernen die Studenten genau jene Tools und Programme, die sie dann im Berufsleben auch benötigen. Egal ob Teletest oder Radiotest, die Studenten können damit etwas anfangen und vor allem auch die Ergebnisse und Fachbegriffe wie Schwankungsbreite richtig interpretieren.“

Die Ausbildung ist mit dem Bachelor für viele Absolventen noch nicht zu Ende, was in der Agentur

unterstützt wird. „Ich habe von Anfang an mit der Havas gemeinsam geplant, dass meine Ausbildung mit dem Master weitergehen soll“, erzählt Delano. Für Agentur-CEO Göls ist das eine positive Entwicklung: „Etwas Besseres gibt es nicht, als wenn jemand berufsbegleitend in der Agentur weiterstudiert. Natürlich haben nicht alle Agenturen die Ressourcen dazu, aber generell muss man das positiv sehen.“

Forciert werden von der FH St. Pölten auch die internationalen Kontakte, schließlich kennen Media-

Exkursionen noch mehr gefördert werden. Die Absolventen merken diese Anstrengungen, denn einige der Bewerbungsgespräche wurden auch im Ausland geführt.

## Ständiger Wandel

Da die Mediennutzung einem rasanten Wandel unterliegt, muss sich auch das Studium ständig anpassen. „Wir haben hier mehrere Schienen. Einerseits haben wir einen Fachbeirat, andererseits einen Absolventenbeirat. Änderungen im Lehrplan erfolgen auf Basis dieser zwei Gremien



Agenturchef **Michael Göls** von Havas Media schätzt die hohe Qualität der FH-Absolventen. © Elena Azzalini

planung & Co keine Grenzen. „Wir haben seit einiger Zeit Exkursionen wie zum Beispiel nach Dublin zu Google. Diese Exkursionen kommen bei den Studierenden extrem gut an und es werden dann auch sofort Kontaktdaten ausgetauscht“, erzählt Kammerzelt. Diese Angebote sollen künftig mit Auslandssemestern oder

kontinuierlich“, erzählt Kammerzelt. Konkrete Lehrinhalte einzelner Lehrveranstaltungen ändern sich zudem eigentlich jedes Semester, „das liegt natürlich auch daran, dass wir mit 50 Prozent eine sehr hohe Quote von Vortragenden haben, die aus der Praxis kommen“, unterstreicht der FH-Studiengangsleiter.