

Kostspielige Zukunft

Michael Geffken, Geschäftsführer der Leipzig School of Media, im Interview über eine Elite-Schule, die keine sein will

Klein, aber fein – das ist die Leipzig School of Media mit Sitz auf dem Mediacampus im Poetenweg. Finanziell gefördert von der Medienstiftung der Sparkasse Leipzig, bildungspolitisch mit den Studiengängen zum Journalismus, zur Öffentlichkeitsarbeit und immer mehr zu den neuen Medien mit der hiesigen Universität und der HTWK verbunden, gewinnt diese Medienhochschule mit ihren Master-Angeboten zunehmend Profil. Heute Abend wird wieder mal immatrikuliert. Im Interview Direktor und Geschäftsführer Michael Geffken.

INTERVIEW

Frage: Ihr Büro ziert ein Uralt-Computer von Apple. Brauchen Sie den denn noch?

Michael Geffken: Nicht zur Arbeit, wohl aber zum Nachdenken darüber, was in den vergangenen Jahren mit der Technik und damit auch mit uns passiert ist. Das Gerät stammt von 1988 und sieht schon aus wie ein Mithras. Die Zeit, in der wir leben, ist unglaublich schnell. Ich bin in einer Buchdruckerei aufgewachsen, kenne also noch die Maschinen, habe auch noch den Geruch von Farbe und Papier in der Nase. Das war toll, das ist aber von gestern und ziemlich lang her. Unsere Aufgabe ist es, die heutigen Medienunternehmen fit für die Zukunft zu machen.

Heute beginnt das neue Studienjahr. Die Hochschulen und Universitäten können sich vor Studenten kaum retten. Wie ist das bei ihrer Einrichtung?

Besser kann es immer sein. Aber wir steigern die Studentenzahl kontinuierlich von Jahr zu Jahr. Jetzt werden es 52 sein, wovon 24 neu anfangen. Damit kommen wir langsam in komfortableres Fahrwasser, auch was die Finanzierung der School angeht. 80 Studenten wären insgesamt möglich. Diese Zahl dürften wir in den kommenden Jahren erreichen. Masse ist aber bei uns weder gewollt noch mög-



Michael Geffken mit seinem alten Apple-Computer auf dem Balkon seines Büros im Poetenweg.

Foto: André Kempner

lich. Auch halten sich ja unsere Zahlen in Grenzen, weil das Studium kostenpflichtig ist.

Was kostet ein Master-Studiengang?

Je nach Studiengang zwischen 11000 und 16500 Euro für zwei Jahre.

Woher kommen die Studenten?

Aus der ganzen Bundesrepublik, aus Österreich und der Schweiz. Jetzt werden wir erstmals auch einen Studenten aus Italien haben.

Wegen des zu zahlenden Geldes ist die School of Media eine Elite-Schule?

Wir bieten ein berufsbegleitendes Studium und sind eine Schule für Leute, die einen ersten Studienabschluss haben und die ihrer Karriere einen Schub geben wollen. Unsere Studenten

sind zukunftsorientiert und wollen sich auf Arbeitsfeldern weiter qualifizieren, die für Unternehmen immer wichtiger werden. Voraussetzung für ein Studium bei uns ist eine mindestens einjährige Berufserfahrung.

Ihre Schule ist teuer?

Nicht im internationalen Vergleich. Und auch in Deutschland liegen wir im mittleren Bereich. Wer sein Studium selbst finanzieren muss, für den ist das natürlich kostspielig. Freilich werden viele Studenten von Unternehmen unterstützt, auch gibt es Möglichkeiten, Förderprogramme wie das der Sächsischen Aufbaubank zu nutzen. Erfreulich ist, dass sich Leipziger und sächsische Agenturen, die im PR-Bereich und im Internet tätig sind, zusammengetan haben, um das Mitteldeutsche Agentur-Stipendium zu stiften.

Wie verläuft das Studium?

Die Studenten kommen einmal im Monat von Donnerstag bis Sonnabend zu uns. Der große Rest ist Arbeit neben der Arbeit. Die zwei Jahre bei uns sind hart, doch die, die das auf sich nehmen, sind extrem motiviert. Was natürlich auch entsprechende Anforderungen an die Lehrenden stellt. Sollte hier die Qualität nicht stimmen, dann stehen die jungen Leute bei mir im Zimmer und sagen: „Herr Geffken, wir bezahlen hier viel Geld ...“ Unsere Studenten sind anspruchsvoll – und sie haben das Recht dazu.

Was den Studierenden geboten wird, das ist Elite?

Hier würde ich den Begriff akzeptieren. Wer einmal auf unserem Campus war, der ist beeindruckt vom Gebäude

ZUR PERSON

Michael Geffken (61) ist journalistisches Urgestein. Er diente in seinem Job von der Pike auf, lernte die Grundlagen des Berufs als Volontär bei der Schaumburger Zeitung in Rinteln (Niedersachsen), arbeitete in den Folgejahren sowohl für Tageszeitungen als auch für Magazine. In den 1990er-Jahren war Geffken Chefredakteur von „Werben und Verkaufen“, der größten deutschen Fachzeitschrift für Werbung, Marketing und Kommunikation und zudem Korrespondent der „Wirtschaftswoche“, dabei unter anderem tätig in den USA.

Parallel zur Arbeit als Journalist hat er sich oft auch mit der Ausbildung für seine Profession beschäftigt. Er lehrte an Universitäten und an der Journalisten-Schule in München. Als Dozent war er schon an der Vorgängerinstitution der Leipzig School of Media, dem Masterprogramm Medien Leipzig, tätig. Der School of Media steht Geffken seit April 2010 vor. Er arbeitet in Leipzig, seine Frau ist als Lehrerin in Potsdam tätig. Das Ehepaar hat zwei erwachsene Töchter. tom

und seinen Möglichkeiten. Die technische Ausstattung ist toll, die Lernbedingungen sind, auch wegen der kleinen Lerngruppen, hervorragend.

Ihr Blick in die Zukunft?

Ich bin mir sicher, dass all das, was mit neuen Medien, Kommunikation, Marketing zu tun, ein zukunftsträchtiges Arbeitsfeld ist. Überall werden dafür Spezialisten gesucht. Wir bieten also die richtigen Studiengänge an.

Finanziell ist Ihr Unternehmen gesund?

Wir sind eine gemeinnützige GmbH, werden weiterhin von der Medienstiftung unterstützt und haben das Ziel fest im Auge, bald schwarze Zahlen zu schreiben. Interview: Thomas Mayer