

# Homepage – Inhalte

---

## Inhalt

<b>1. Vorwort .....</b>	<b>2</b>
<b>2. Bildergalerie mit Informationen über uns selbst .....</b>	<b>3</b>
<b>3. Print-Media-Management im Laufe der Zeit .....</b>	<b>24</b>
3.1 Interview mit Prof. Dr.-Ing. Witting über die PMM-Veränderung .....	24
<b>4. Crossmedia .....</b>	<b>28</b>
4.1 Interview mit Prof. Dr. Wiesener über Crossmedia .....	31
1.1 Statistik .....	33
<b>2. 3D-Druck .....</b>	<b>34</b>
2.1 Interview mit Prof. Dr.-Ing. Hartmann über 3D-Druck .....	37
<b>6. Vom Studienanfänger zum Absolventen .....</b>	<b>39</b>
Absolventen-Stimmen .....	40
PMM-Anfänger berichten .....	41
<b>7. Erfahrungsberichte .....</b>	<b>43</b>
7.1 Mohn Media .....	43
7.2 Packaging Valley – „Studenten treffen Unternehmen“ .....	44
7.3 Appenzeller Druckerei .....	44
<b>8. Projektverlauf in Zahlen .....</b>	<b>46</b>

## 1. Vorwort

Herzlich Willkommen

Auf den folgenden Seiten finden Sie spannende Artikel und Interviews mit unseren Professoren zur Veränderung des Studiengangs Print-Media-Management und den Themen Crossmedia und 3D-Druck.

Das Team der „PMMinsight – the crossbox.“ stellt sich mit seinen Interessen und den jeweiligen Lebensläufen vor.

Die Studierenden berichten von Exkursionen, die Studienanfänger und die Studienabsolventen von ihren Erfahrungen an der Hochschule der Medien.

Außerdem haben wir Statistiken zur Mediennutzung durchgeführt, die durch Sie interaktiv erweitert werden können, und unseren Projektverlauf in Zahlen festgehalten.

Viel Spaß beim Entdecken!

Welcome

On the following pages you will find interesting articles and interviews with our professors to the transformation of our study course Print-Media-Management and the topics crossmedia and 3D-printing.

The team of "thecrossbox." presents itself with their interests and their relative Curricula vitae and report on excursions they have made.

Freshmen and graduates tell about their experience at the Hochschule der Medien.

Furthermore we have conduct studies on media using and held our project in numbers.

Have fun while exploring!

## 2. Bildergalerie mit Informationen über uns selbst

SELEN

1. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich in ein erfolgreiches und aufstrebendes Unternehmen einsteigen, in dem ich mein theoretisches Wissen in der Praxis umsetzen kann.
2. **Ich studiere PMM**, weil es Management- und betriebswirtschaftliche Inhalte mit technologischen Themen der Print- und Onlinemedien kombiniert.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze**, sind das Internet und Apps.

### Lebenslauf

Ausbildung:

09/2011 – 08/2014

Technische Fachhochschulreife mit Zusatzprüfung zur technischen Assistentin  
Christian Schmidt Schule, Neckarsulm

Praktische Erfahrung:

Seit 02/2016

Interviewerin

Event Promotion Messe Service, Stuttgart

07/2011 – 02/2014

Einzelhandelskauffrau

Kaufland Warenhandel GmbH & Co. KG, Neckarsulm

### Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Konzentriert** – Ich besitze Fähigkeiten zum analytischen Denken, zu konzentrierter Arbeit und zur raschen Auffassung komplexer Zusammenhänge, welche Grundvoraussetzungen für mein Studium sind.
- **Motiviert und engagiert** – Meine hohe Lern- und Leistungsbereitschaft kennzeichnen meine bisherige Arbeitsweise.
- **EDV-Kenntnisse** – Durch das Studium konnte ich meine Kenntnisse in den Microsoft Office Programmen sowie der Adobe Creative Suite mit InDesign, Photoshop und Illustrator noch weiter vertiefen.

VANESSA

1. **Wenn ich an das erste Semester denke**, denke ich an viele neue Menschen, viele Informationen, an die erste Kneipentour und an die erste Prüfungsphase, in der noch niemand richtig wusste wie was funktioniert.
2. **Seit ich an der HdM bin**, weiß ich wie wichtig es ist sich selbst organisieren zu können. Ich verbringe viel Zeit in der Lernwelt der HdM und mag seitdem auch Automatenkaffee.
3. **In der Prüfungsphase** nimmt mein Karteikarten-, Kugelschreiber- und Kaffeekonsum exponentiell zu, meine Nerven hingegen ab.

## Lebenslauf

Ausbildung:

08/2008 – 07/2011

Staatlich geprüfte Grafik-Designerin, Fachhochschulreife

Bernd-Blindow-Schulen, Friedrichshafen

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Texten, gestalten, designen** – Das sind Tätigkeiten denen ich gerne nachgehe. Mein Ideenreichtum und meine Kreativität sind dafür sehr hilfreich und zeichnen mich aus. Durch meine Ausbildung konnte ich mein Wissen über die Adobe Programme Photoshop, Adobe InDesign und Adobe Illustrator vertiefen.
- **Kommunikativ und teamfähig** – Ich arbeite seit vielen Jahren in der Gastronomie und komme mit den unterschiedlichsten Charakteren in Berührung. Die Arbeit im Team und der Umgang mit Kunden macht mir sehr viel Spaß.
- **Sprachenbegabt** – Französisch war meine erste Fremdsprache auf dem Gymnasium. Somit hatte ich sieben Jahre Unterricht in Französisch und fünf Jahre in Englisch.

ANA

1. **Seit ich an der HdM bin**, habe ich gelernt, dass Intelligenz und Talente sehr hilfreich sind aber nicht alles. Fleiß und Ausdauer sind das Wichtigste.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich im Ausland Erfahrungen sammeln und anschließend die Karriereleiter hinaufklettern.
3. **In der Prüfungsphase** stapeln sich in meinem Zimmer Bücher und Ordner, Hefte und Mitschriften und ich esse viel Traubenzucker.

## Lebenslauf

2013

Fachhochschulreife

Max-Eyth-Schule, Berufskolleg Produktdesign, Stuttgart

Praktische Erfahrung:

05/2012 – 06/2012

Orientierungspraktikum

Architekturbüro Anton Ummerhofer, Stuttgart

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Technische Zeichnerin** – Durch meine technische Produktdesignausbildung im Berufskolleg kann ich 3D-Konstruktionen im CAD für viele verschiedene Modelle herstellen. Ebenso bin ich mit den Adobe-Programmen Photoshop, InDesign und Illustrator vertraut.
- **Engagiert und pflichtbewusst** – Zu meinen Stärken zählen meine Einsatzbereitschaft und Zuverlässigkeit. Darüber hinaus besitze ich eine schnelle Auffassungsgabe.
- **Sprachenbegabt** – Neben Englisch spreche ich auch Kroatisch und Spanisch.

VASILIKI

1. **Seit ich an der HdM bin**, habe ich gelernt mehr und konzentrierter zu lernen und auf eigenen Beinen zu stehen.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich gerne eine gute Arbeitsstelle im Marketingbereich und mein Wissen in der Praxis einzusetzen.
3. **In der Prüfungsphase** sind Karteikarten, Marker und Kaffee meine ständigen Begleiter.

## Lebenslauf

Ausbildung:

09/2009 – 08/2012

Staatlich geprüfte Grafik-Designerin, Fachhochschulreife  
Akademie für Kommunikation, Stuttgart

Praktische Erfahrung:

04/2013 – 08/2013

Praktikum im Bereich Grafik-Design  
Nitribitt, Werbeagentur, Stuttgart

09/2013 – 02/2014

Praktikum im Bereich Kommunikationsdesign  
LässigMüller, Werbeagentur, Stuttgart

03/2014 – 08/2014

Praktikum im Bereich Kommunikationsdesign  
Monopage, Werbeagentur, Stuttgart

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Designbegeistert** – Während meiner Ausbildung und meinen Praktika in verschiedenen Werbeagenturen konnte ich meine Fähigkeiten in den Adobe Programme Photoshop, InDesign und Illustrator ausbauen und festigen.
- **Teamfähig** – Durch die Mitarbeit im elterlichen Betrieb und meiner Nebentätigkeit bei Müller Ltd & Co. KG konnte ich viele Erfahrungen im Umgang mit meinen Mitmenschen sammeln.
- **Kommunikativ und wortgewandt** – Meine Offenheit und Kontaktfreudigkeit helfen mir im Umgang mit Kunden und meinem Umfeld – ob auf Deutsch, Englisch oder Griechisch.

BARTU

1. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich eine Arbeitsstelle finden, bei der ich mein Wissen in der Praxis einsetzen und mit meiner Motivation und meinem Ehrgeiz durchstarten kann.
2. **In der Prüfungsphase** freue ich mich auf die Ferien – ein Lichtblick nach einer stressigen Phase.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze**, sind Facebook und Instagram.

## Lebenslauf

2013

Allgemeine Hochschulreife

Wilhelm-Schickard-Schule, Tübingen

Praktische Erfahrung:

11/2013 – 08/2014

FSJ

Kindergarten Kinderhaus, Bebenhausen

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Sprachbegabt** – Ich spreche fließend Englisch und Türkisch.
- **Planung** – Meine Stärken sind im rechnerischen Bereich und im Organisieren von Events.
- **Handwerklich begabt** – Neben der Hochschule und dem Nebenjob arbeite ich gerne als Hobby-Kfzler an älteren Gegenständen, die aufgepeppt und restauriert werden können, wie beispielsweise alte Klappräder oder Autos.

FERHAN

1. **Wenn ich an das erste Semester denke**, war alles ganz neu für mich. Ich habe in kurzer Zeit viel gelernt und meine Organisation und Planung verbessert und dabei viele neue Freunde kennengelernt.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich in einem Beruf arbeiten, der vielseitig und spannend ist. Gerne würde ich einen Job in der Medienbranche finden, in dem ich meine betriebswirtschaftlichen Kenntnisse in der Praxis anwenden könnte.
3. **Ich studiere PMM**, weil der Studiengang neben technischen Themen, ein breites Wissen an betriebswirtschaftlichen und managementbezogenen Themen bietet.

## Lebenslauf

2013

Fachhochschulreife

Kaufmännische Schule, Stuttgart-Süd

Berufserfahrung:

10/2013 – 01/2014

Sichtprüferin und Monteurin

Delta GmbH

Praktische Erfahrung:

02/2014 – 07/2014

Praktikum als Kauffrau für Bürokommunikation

Dewa Wohnungsbau e.G.

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **EDV-Kenntnisse** – Durch meine kaufmännische Berufsausbildung im Berufskolleg habe ich gute Kenntnisse in den Programmen Microsoft Office und Adobe Creative Suite, die ich durch das Studium vertiefen konnte.
- **Kommunikativ und strukturiert** – Meine Stärken liegen in der Beratung und in dem Umgang mit Menschen. Darüber hinaus bin ich zuverlässig, kann planen und organisieren und mich in die verschiedensten Aufgabenstellungen schnell einfinden.
- **Sprachbegabt** – Ich spreche fließend Englisch und Türkisch.



JULIA

1. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich in einem Unternehmen arbeiten, in dem ich das im Studium Erlernte anwenden und mich sowohl fachlich als auch persönlich weiterentwickeln kann.
2. **Ich studiere PMM**, weil mir in meiner kaufmännischen Ausbildung die technische Komponente fehlte. Als angehende Wirtschaftsingenieurin genieße ich eine breitgefächerte Ausbildung aus wirtschaftlichen und technischen Themen.
3. **In der Prüfungsphase** bekommen mich meine Familie und Freunde drei Wochen kaum zu Gesicht und mein Koffeinbedarf verdoppelt sich.

## Lebenslauf

2009

Allgemeine Hochschulreife

Salier-Gymnasium, Waiblingen

Ausbildung:

09/2009 – 07/2011

Sport- und Fitnesskauffrau

WSV 1850 e.V., Bad Cannstatt

Praktische Erfahrung:

08/2015 – 01/2016

Praktikum im Bereich Projektmanagement

Daimler AG, Untertürkheim

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Sportlich und teamfähig** – Während meiner Tätigkeit als Jugendtrainerin habe ich die Organisation von Terminen sowie die Koordination und das Auftreten vor einer Gruppe gelernt.

RAPHAEL

1. **Seit ich an der HdM bin,** habe ich viele neue und interessante Dinge gelernt.
2. **Ich studiere DT,** weil mich die einzelnen Druckverfahren und die Technik schon immer interessiert haben.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze,** sind das Smartphone und das Fernsehen.

## Lebenslauf

2012

Fachhochschulreife

Hubert-Sternberg-Schule, Wiesloch

Ausbildung:

09/2008 – 06/2011

Rollenoffsetdrucker

ADAM GmbH, Bruchsal

Berufserfahrung:

06/2011 – 07/2011

Rollenoffsetdrucker

ADAM GmbH, Bruchsal

07/2011 – 08/2011

Rollenoffsetdrucker

Heidelberger Druckmaschinen AG, Shanghai

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Handwerkliches Geschick** – hat mir meine Ausbildung zum Rollenoffsetdrucker sehr erleichtert.
- **Teamarbeit** – Während der Ausbildung und auch im Studium lernte ich die Teamarbeit mit anderen Menschen, die mir nach wie vor sehr gefällt.
- **Struktur und Planung** – Das Organisieren und Koordinieren verschiedener Aufgaben haben mir schon immer viel Spaß gemacht.

RONJA

1. **Seit ich an der HdM bin**, habe ich viel gelernt und mich persönlich weiterentwickelt.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich ins Ausland gehen, die Welt entdecken, neue Erfahrungen sammeln und mein Wissen im Masterstudium vertiefen.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze**, sind das Internet, insbesondere Social Media.

## Lebenslauf

2013

Allgemeine Hochschulreife

Erich-Kästner-Gymnasium, Eislingen

Praktische Erfahrung:

09/2013 – 03/2014

Orientierungspraktikum

Werbewelt AG, Stuttgart

04/2014 – 07/2014

Orientierungspraktikum

Lebenshilfe e.V., Heiningen

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Sprachbegabt und reisebegeistert** – Durch die Schule und Reisen habe ich ein großes Interesse an Fremdsprachen entwickelt. Ich habe sehr gute Englischkenntnisse.
- **Ideenreich und fantasievoll** – Ich lasse mich gerne von äußeren Einflüssen inspirieren und sammle dadurch Ideen für Kreatives
- **Teamplayer** – Ich arbeite sehr gerne mit anderen Menschen zusammen. Gemeinsam kommt man weiter als alleine.

SARA

1. **Wenn ich an das 1. Semester denke**, kommt es mir so vor, als wäre es erst letzte Woche gewesen.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich in der Verpackungsbranche tätig sein, im Arbeitsalltag von meinen gelernten Studieninhalten profitieren und diese vertiefen.
3. **Ich studiere PMM**, weil die Kombination aus der Betriebswirtschaftslehre und der Technik in Verbindung mit der Medien- bzw. Verpackungsbranche besonders spannend ist.

## Lebenslauf

2014

Fachhochschulreife

Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart

Vorbildung:

09/2010 – 07/2011

Einjährige Berufsfachschule für Mediengestaltung

Johannes-Gutenberg-Schule, Stuttgart

Ausbildung:

09/2011 – 07/2014

Medientechnologin mit Fachrichtung Siebdruck

Eicher Werkstätten GmbH & Co. KG, Kernen im Kemstal

## Fähigkeiten & Kenntnisse

- **Gestaltung** – Grundkenntnisse in den Adobe Programmen, besonders InDesign, Photoshop und Illustrator
- **Sportlich engagiert** – Ich spiele seit Jahren im Verein Handball, bin nebenbei Schiedsrichterin, Trainerin und für die Pressearbeit der Abteilung zuständig. Dabei kann ich meine Kreativität ausleben und im Team zusammenarbeiten
- **Selbstständig und zuverlässig** – Zu meinen Stärken zählt eine gute Organisation sowie eine eigenverantwortliche Arbeitsweise.

FJOLLA

1. **Ich studiere DT**, weil ich die Schnittstelle zwischen Print und IT sehr interessant finde.
2. **In der Prüfungsphase** ist meine Wohnung blitzblank.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze**, sind das Handy, der Laptop und der TV.

## Lebenslauf

2011

Fachhochschulreife

Kaufmännisches Berufskolleg II, Aalen

Praktische Erfahrung:

08/2011 – 03/2012

FSJ

Humboldt Kindergarten, Heidenheim an der Brenz

03/2015 - 03/2016

Praktikum im Bereich Projektmanagement

FIND Druck & Design, Nellmersbach

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **EDV-Kenntnisse** – Während des Studiums entwickelte ich ein besonderes Interesse an der Webentwicklung sowie an der Softwareentwicklung. Zusätzlich zu den Qualifikationen, die ich während den Vorlesungen erlangt habe, konnte ich das Erlernte durch die erfolgreiche Mitarbeit an verschiedenen studentischen Projekten anwenden und ausbauen. So konnte ich neben den Microsoft-Programmen (Powerpoint, Word, Excel) einige tiefgründige Einblicke in den Adobe Programmen (Photoshop, Indesign, Illustrator) sowie in Sharepoint, Java, XML, HTML und CSS sammeln.
- **Engagement und Ehrgeiz** – Zu meinen Stärken zählt Teamarbeit, eine gute Organisation und die Motivation mich auch in neue Aufgabengebiete schnell einzuarbeiten.
- **Sprachbegabt** – Ich spreche Englisch und Albanisch. Zusätzlich besitze ich Grundkenntnisse in Französisch, die ich während meiner Schulzeit drei Jahre lang erlernt habe.

THOMAS

1. **Seit ich an der HdM bin**, habe ich mich persönlich weiterentwickelt und neue Interessen entdeckt.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich zuerst einmal auf Reisen gehen, neue Erfahrungen sammeln und meine Sprachkenntnisse ausbauen.
3. **In der Prüfungsphase** wird immer wieder klar, dass das Studium keine Schüssel Kirschen ist und man für Erfolge fleißig sein muss.

### Lebenslauf

Ausbildung:

09/2012 – 08/2014

Wirtschaftsassistent, Fachhochschulreife

Rudolf Eberle Schule, Bad Säckingen

### Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Teampayer** – Ich arbeite gerne im Team mit anderen Menschen zusammen
- **Sprachbegeistert** – Ich spreche fließend Englisch. Durch den Besuch einer Sprachschule beherrsche ich außerdem Kenntnisse in den Sprachen Französisch und Spanisch.

ISABELLE

1. **Ich studiere PMM**, weil mich die Vielfalt an Medienprodukten und Werbekanälen sehr interessiert und ich gerne an ihrer Herstellung mitarbeiten würde.
2. **In der Prüfungsphase** wird Schokolade zu meinem besten Freund.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze**, sind das Internet, das Radio um morgens pünktlich aufzustehen und das jeweilige Buch, das ich gerade lese.

### Lebenslauf

2014

Allgemeine Hochschulreife

Goethe-Gymnasium, Ludwigsburg

### Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Gute PC-Kenntnisse** – Insbesondere mit den MS Office Programmen sowie Adobe Photoshop, Illustrator und InDesign kenne ich mich gut aus.
- **Engagiert** – Ich bin sehr zielstrebig, teamfähig und stets motiviert neue Herausforderungen zu meistern. In stressigen Situationen bleibe ich ruhig und behalte den Überblick.
- **Kreativ und musikalisch** – Ich spiele seit meiner Kindheit Klavier und Trompete.

## ROMAN

1. **Seit ich an der HdM bin**, rennt die Zeit schneller.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich in der Arbeitswelt durchstarten.
3. **Ich studiere PMM**, weil mich die Kombination aus Technik und Wirtschaft begeistert.

### Lebenslauf

2014

Fachhochschulreife

Abendschule Steinbeisschule, Stuttgart

Ausbildung:

08/2011 – 01/2014

Kaufmann für Bürokommunikation

plug and work 4 GmbH, Böblingen

### Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Kommunikativ und begeisterungsfähig** – Die Fähigkeit, mit Menschen aus aller Welt kommunizieren zu können, begeistert mich sehr. Deshalb möchte ich meine Sprachkenntnisse in Englisch, Russisch und Spanisch verbessern, sobald sich die Gelegenheit dazu bietet und ich diese nutzen kann.
- **Teamwork** – Mit Menschen zusammen an einem Projekt zu arbeiten und gemeinsam Ziele zu verfolgen macht mir sehr viel Spaß.



JULIAN

1. **Wenn ich an das 1. Semester denke**, bin ich froh, dass sich die Aufregung gelegt hat und ich einen guten Freundeskreis gefunden habe.
2. **Seit ich an der HdM bin**, bin ich deutlich selbstständiger geworden.
3. **Ich studiere PMM**, weil dieser Studiengang technisch optimal auf meine Druckerausbildung aufbaut und mir darüber hinaus betriebswirtschaftliches und managementbezogenes Wissen vermittelt.

## Lebenslauf

2011

Allgemeine Hochschulreife

Gymnasium Lohne, Lohne

Ausbildung:

08/2011 – 06/2014

Medientechnologe Druck mit Fachrichtung Offsetdruck

Druckerei Rießelmann, Lohne

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Drucktechnisches Know-How** – durch mittlerweile fünfjährige Tätigkeit in der Druckbranche. Sowohl handwerklich, als auch in der Theorie.
- **Sprachbegabt** – Durch den Leistungskurs im Abitur habe ich gute Englischkenntnisse vorzuweisen. Weiterhin Grundkenntnisse in Französisch.
- **Kostenbewusst** – Sicherer Umgang mit Kalkulationen von Druckaufträgen durch meine Nebentätigkeit als Werkstudent in einer Druckerei. Dadurch bin ich mit Kalkulationssoftwares (u.a. pagina) und hilfreichen Zusammenhängen der Produktionsabläufe vertraut.

## CORINNA

1. **Seit ich an der HdM bin**, habe ich tolle Menschen getroffen, viel gelernt und konnte durch spannende Exkursionen bereits praktische Einblicke in die Branche bekommen.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich in einem renommierten Unternehmen in einer Position arbeiten, die mich begeistert, mich fördert und fordert.
3. **In der Prüfungsphase** versuche ich die Klausuren mit viel Kaffee und Durchhaltevermögen motiviert zu meistern.

## Lebenslauf

2010

Fachhochschulreife

Fachoberschule Design, Saarbrücken

Praktische Erfahrung:

09/2010 – 12/2010

Orientierungspraktikum

Media Design GmbH, Lebach

01/2013 – 03/2013

Ausbildungsbegleitendes Praktikum

Grafische Werkstatt, Heusweiler

Ausbildung:

08/2011 – 06/2014

Mediengestalterin Digital und Print mit Schwerpunkt Print

Villeroy & Boch AG, Merzig

Berufserfahrung:

Seit 05/2015

Aushilfskraft

Verein Deutscher Ingenieure e.V., Stuttgart

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **EDV-begabt** – Durch meine derzeitige Aushilfstätigkeit beim Verein Deutscher Ingenieure habe ich viel Erfahrung im Umgang mit Microsoft Office. Außerdem verfüge ich über gute Kenntnisse im Bereich Kundenmanagement mit der Software CAS. Durch meine Ausbildung bin ich mit den Adobe Grafikprogrammen Photoshop, Illustrator und InDesign vertraut.
- **Teamfähig** – Bei Projektarbeiten achte ich auf alle Teammitglieder und versuche den Zusammenhalt zu stärken um gemeinsam zu einem ausgezeichneten Ergebnis zu gelangen. Ich bewältige Aufgaben mit viel Engagement und auch stressige Situationen lassen mich nicht den Kopf verlieren.
- **Strukturiert und organisiert** – To-Do Listen zu schreiben und das Organisieren bereitet mir viel Freude, weshalb Block und Stift meine ständigen Begleiter sind.

DAVID

1. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich gerne im Vertrieb oder im strategischen Projektmanagement eines Unternehmens einsteigen und mein Wissen in der Praxis umsetzen.
2. **Ich studiere PMM**, weil ich die Schnittstelle von technischen und betriebswirtschaftlichen Bereichen interessant finde und das Wirtschaftsingenieur-Studium weitreichende Berufsmöglichkeiten bietet.
3. **In der Prüfungsphase** ist die Wohnung immer besonders sauber.

### Lebenslauf

2013

Allgemeine Hochschulreife

Gymnasium Karlsbad, Karlsbad

Praktische Erfahrung:

Seit 11/2015

Werkstudent im Bereich der Medienlogistik

Star Distribution, Böblingen

### Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Kontaktfreudig und kommunikativ** – Ich habe eine strukturierte, verantwortungsvolle und vorausschauende Arbeitsweise. Ich gehe gerne auf Menschen zu und arbeite sehr gerne im Team.
- **Stressresistent** – Zu meinen Stärken zählt eine konzentrierte Arbeitsweise. Auch in Stresssituationen bewahre ich Ruhe und finde Lösungen für Probleme.
- **Musikalisch** – Ich habe 14 Jahre lang Jazz-Klavier und klassisches Klavier gelernt und bin leidenschaftlicher Musiker.

## GÖRKEM

1. **Wenn ich an das erste Semester denke**, denke ich an die vielen neuen Eindrücke. Man wusste nicht was auf einen zukommt und musste schnell lernen sich selbst sehr gut zu organisieren und herauszufinden wie man am besten lernen kann.
2. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich im Bereich Produktmanagement oder im Marketing einsteigen.
3. **In der Prüfungsphase** lerne ich sehr strukturiert und geplant mit meinen Notizen und Aufgeschrieben.

## Lebenslauf

2012

Fachhochschulreife

Steinbeis Schule, Stuttgart-Nord

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Sprachbegabt** – Ich spreche fließend Englisch und Türkisch.
- **Organisationstalent** – Meine Stärken sind Pünktlichkeit, Teamfähigkeit und Hilfsbereitschaft. Ich übernehme gerne organisatorische Aufgaben. Die Planung und Durchführung verschiedener Projekte und Aufgaben machen mir viel Spaß.
- **Grafik und Design** – Meine Leidenschaft liegt darin, mit gestalterischen Programmen meiner Kreativität freien Lauf zu lassen.

SONJA

1. **Seit ich an der HdM bin**, konnte ich durch mehrere Exkursionen einen Eindruck in die Medienbranche bekommen und mir Wissen über die verschiedensten Themen aneignen.
2. **Ich studiere PMM**, weil ich mich gleichermaßen für die technischen und betriebswirtschaftlichen Themen interessiere und mir somit die Kombination daraus am meisten gefällt.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze**, sind das morgendliche Radio, das Internet mit dem Musikstreaming und den sozialen Medien sowie das Fernsehen.

#### Lebenslauf

2014

Allgemeine Hochschulreife

Stromberg-Gymnasium, Vaihingen an der Enz

Berufserfahrung:

08/2015 – 09/2015

Zustellerin für Briefe und Pakete (Ferienjob)

Deutsche Post AG

#### Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Begeisterungsfähig und motiviert** – Ich arbeite mich in neue Aufgaben und Themengebiete schnell ein und freue mich über neue Herausforderungen.
- **Teamfähig** – Projektarbeiten, die Arbeit und der Austausch in Gruppen macht mir sehr viel Spaß und auch bei schwierigen Aufgaben beweise ich Durchhaltevermögen.
- **EDV-begabt** – Die Arbeit mit den Programmen Adobe Creative Suite und Microsoft Office bereiten mir viel Freude. Zusätzlich konnte ich während dem Studium bereits erste Kenntnisse in die Skriptsprache Visual Basic for Applications erwerben.

## LENNART

1. **Wenn ich mit der HdM fertig bin**, möchte ich in einem Unternehmen im Raum Stuttgart arbeiten.
2. **In der Prüfungsphase** frage ich mich immer wieder wie oft ich das im Beruf wohl brauchen werde.
3. **Medien, die ich alltäglich benutze**, sind das Internet, die Tageszeitung und Musik.

## Lebenslauf

2011

Allgemeine Hochschulreife

Fanny-Leicht Gymnasium, Stuttgart-Vaihingen

Praktische Erfahrung:

09/2014 – 02/2015

Praktikum im Bereich Digitaldruck

POLYDATA Huber GmbH & Co. KG Druckerei, Stuttgart

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Organisiert** – Ich arbeite sehr strukturiert und konzentriert.
- **Handwerkliches Geschick** – Ich bin handwerklich begabt und habe keine Scheu davor meine Finger schmutzig zu machen.

## ANNA

1. **Ich studiere PMM**, weil ich die Kombination aus Wirtschaft, Technik und Medien spannend finde.
2. **In der Prüfungsphase** trinke ich doppelt so viel Kaffee.
3. **Seit ich an der HdM bin**, habe ich gelernt wie wichtig eigenverantwortliches und strukturiertes Arbeiten ist.

## Lebenslauf

2014

Allgemeine Hochschulreife

Kaufmännische Schule 1, Stuttgart

Ausbildung:

09/2009 – 06/2011

Kauffrau für Tourismus und Freizeit

Schwarzwald Tourismus GmbH, Freiburg im Breisgau

Berufserfahrung:

Seit 08/2014

Aushilfskraft Kundenservice

Stuttgart Marketing GmbH, Stuttgart

## Kenntnisse & Fähigkeiten

- **Kreativ** – Grafik- und Produktionsprogramm Adobe Creative Suite: Während meiner Berufsausbildung im Tourismusmanagement konnte ich verschiedene Printprojekte eigenständig leiten und gestalten.
- **Zielstrebig und motiviert** – Ich kann verschiedenste Aufgaben in Eigeninitiative lösen und mich in neue Sachverhalte einarbeiten.
- **Teamfähig und kommunikativ** – Die Arbeit im Team, die Kommunikation mit Kunden und Partnern macht mir sehr viel Spaß. Durch die Berufsausbildung, die Mitarbeit im elterlichen Betrieb und die Tätigkeit als Werkstudentin konnte ich meine Fähigkeiten verbessern.

### 3. Print-Media-Management im Laufe der Zeit

Unser Studiengang Print-Media-Management bildet zum Wirtschaftsingenieur oder zur Wirtschaftsingenieurin aus. Er beinhaltet managementbezogene sowie betriebswirtschaftliche Inhalte mit gestalterischen und technischen Aspekten.

Nun stellt er einen neuen, gestalterischen Schwerpunkt vor. Neben den Schwerpunkten Packaging und Crossmedia & Print, können sich Studierende im Hauptstudium nun auch für Media Design entscheiden.

Veränderungen tragen Chancen und Möglichkeiten mit sich. Sie sind Elemente der Weiterentwicklung und gehören zum Erfolg dazu.

Im Schwerpunkt Media Design haben die Studierenden die Möglichkeit in umfassenden Modulen sich Grundlagen des Designs in Kombination von betriebswirtschaftlichen und technologischen Inhalten anzueignen. In erster Linie werden junge Menschen angesprochen, die neben einem technisch und wirtschaftlich geprägten Verständnis eine hohe Affinität zur Kreativität und zum Design im Medienbereich haben.

Um den neuen Schwerpunkt bestmöglich zu erklären, haben wir diesbezüglich Prof. Dr.-Ing. Witting themenbezogene Fragen gestellt, die er für uns beantwortet hat. Hier erfahren Sie alles über die Vielfältigkeit sowie die Kreativität der Neuausrichtung, außerdem welche Karrierechancen man damit hat und was uns in der Zukunft erwartet.

#### The change of the bachelor degree print media management

Our study course Print-Media-Management educate for industrial engineer. It includes management related fundamentals as well as economic issues with creative and technical aspects.

Now he introduces a new, creative study focus. In addition to the existing programs Packaging as well as Crossmedia & Print, students can also choose Media Design as their main study focus.

Changes take chances and opportunities. They are elements of the development and part of success. In study focus Media Design students have the possibility to appropriate in comprehensive module the basics of Design in combination of economic issues and technological subjects. Primarily young people are addressed who have a technical and economic understanding with a high affinity for creativity and design at the media sector. We asked Prof. Dr- Ing. Witting thematically questions about the new study focus which he has answered for us.

Here you can see all of the diversity as well as creativity about the realignment also what career opportunities someone has by studying Media Design and what the future awaits us.

#### 3.1 Interview mit Prof. Dr.-Ing. Witting über die PMM-Veränderung

##### 1. Statement zur aktuellen PMMinsight:

Die PMMinsight ist seit ihrem ersten Erscheinen mittlerweile zum Markenzeichen für die Kreativität und Leistungsfähigkeit unserer Studierenden im Studiengang Print-Media-Management geworden.



Auch diese Ausgabe im Sommersemester 2016 wird wieder Maßstäbe setzen und zeigen, welche Antworten Sie, unsere Studierenden im 4. Fachsemester, auf Herausforderungen und Veränderungen in der Print- und Medienwelt als zukunftsweisend ansehen.

## **2. Wie kamen Sie zur HdM und speziell zum Studiengang Print-Media-Management?**

Mein beruflicher Werdegang ist durch Aufgaben in der Leitung von Druckereibetrieben großer deutscher Verlage geprägt worden. Daher war es für mich folgerichtig bei dem von mir angestrebten Wechsel an eine Hochschule Ausschau nach einer Stelle zu halten, die es mir erlaubt, mein in der Praxis erworbenes Wissen gepaart mit theoretischen Grundlagen an junge Menschen weiterzugeben.

Da ich selbst ein Diplom als Wirtschaftsingenieur habe und meine Dissertation ebenfalls an der Nahtstelle von Technik und Betriebswirtschaft inhaltlich anzusiedeln ist, stellte die Ausschreibung der Professur für Unternehmensführung in der Druck- und Verlagsindustrie in unserem Studiengang sozusagen die Steilvorlage für meine Bewerbung.

Es bereitet mir nach wie vor viel Freude, mich mit der Weitergabe von Wissen und Erfahrungen an unsere Studierenden zu beschäftigen und durch die Arbeit mit jungen Menschen selbst geistig beweglich zu bleiben.

## **3. Sie waren vier Jahre der Studiendekan des Studiengangs Print-Media-Management. Der Studiengang hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Wie sehen Sie die Veränderung? Und wie kam das bei den Studierenden an?**

In meiner Amtszeit als Studiendekan haben wir die ersten Auswirkungen des veränderten Bewerberverhaltens erfahren: der Wandel in der Druck- und Medienindustrie hat sicher junge Leute bewogen, ein Studium in diesem Umfeld eher kritisch zu hinterfragen und sich nach Alternativen umzuschauen.

Sinkende Bewerberzahlen haben wir einerseits versucht, durch intensivere Bewerbung über die verschiedenen medialen Kanäle entgegenzuwirken. Andererseits sind aber auch Überlegungen angestellt worden, das Angebot unseres Studiengangs stärker auf die veränderten Rahmenbedingungen in der Druck- und Medienwelt anzupassen. So kam es zu der Einführung der drei Schwerpunkte

- Wirtschaftsingenieur Crossmedia and Print
- Wirtschaftsingenieur Packaging und
- Wirtschaftsingenieur Media Design

Mit diesem Angebot scheinen wir nach den ersten Bewerbungsphasen zum Wintersemester 2015/2016 und zum Sommersemester 2016 richtig zu liegen, denn unsere Bewerberzahlen haben sich entgegen dem allgemeinen Trend leicht nach oben bewegt. Wir sind nun wieder gespannt, wie dieses Angebot in der gerade laufenden Bewerbung für das Wintersemester 2016/2017 nicht zuletzt durch weitere aktuelle Werbemaßnahmen angenommen wird.

## **4. Was macht den neuen Schwerpunkt Media Design aus? Auf was wird der Fokus gelegt?**

Im Schwerpunkt Wirtschaftsingenieur Media Design haben die Studierenden speziell ab dem 4. Fachsemester die Möglichkeit in umfassenden Modulen sich einerseits Grundlagen des Designs anzueignen, aber auch in Projekten dieses Wissen praktisch umzusetzen. Der Studiengang hat dazu eine Professur Media Design geschaffen, die gerade in der Berufsphase ist und zum Sommersemester 2017 mit einer aus dem Designumfeld stammenden Person besetzt werden soll.

### **5. Was war das primäre Ziel dieser Veränderung?**

Mit der Ausrichtung des Studiengangs auf die nun angebotenen drei Schwerpunkte werden die Profile des Wirtschaftsingenieurs insgesamt für die unterschiedlichen Einsatzfelder in der veränderten Druck- und Medienwelt geschärft.

Speziell im Schwerpunkt Wirtschaftsingenieur Media Design werden junge Menschen angesprochen, die neben einem technisch und wirtschaftlich geprägten Verständnis eine hohe Affinität zu Kreativität und Design im Medienbereich haben.

### **6. Welche beruflichen Möglichkeiten hat man mit diesem Abschluss?**

Der berufliche Einsatz eines Wirtschaftsingenieurs Media Design liegt an der Nahtstelle zwischen Technik und kreativer Arbeit in Druck- und Medienhäusern, in Anzeigen- oder Werbeagenturen oder auch Herstellungsabteilungen von Verlagen. Hier sind unsere Absolventen und Absolventinnen die Fachleute, die kreative Arbeiten hinsichtlich technischer Umsetzbarkeit und wirtschaftlicher Machbarkeit beurteilen können und ggf. eigene Ideen mit einbringen und umsetzen können.

### **7. Gibt es weitere Überlegungen, die den Studiengang weiterentwickeln könnten?**

Mit der Neuausrichtung hat Print-Media-Management einen aus unserer Sicht wichtigen und richtungsweisenden Schritt in die Zukunft getan. Wir werden die Entwicklung wie bisher sorgfältig beobachten und analysieren, um dann ggf. weitere Justierungen vornehmen zu können. Ein wichtiges Element dabei ist der Austausch mit der Praxis. Dazu sind wir am 28. Juni 2016 wieder mit den Damen und Herren unseres Industriebeirates zusammen, um deren Einschätzungen und Erfahrungen in unsere Überlegungen mit einfließen zu lassen.

## **Interview with Prof. Dr.-Ing. Witting about the change of the bachelor degree print media management**

### **1. Statement about the PMMinsight:**

The PMMinsight turn into a trademark for creativiity and efficiency since his first appearancefor the students. Also this edition in the summer semester 2016 will the students put rods and show which challenges and changes in the print- and media world are trendsetting for the future.

### **2. How you came to HdM and especially to the study course Print-Media-Management?**

My professional career is been marked by tasks in the management from printing establishments of big german publishers. Therefore it was right for me to search for a college with a office that allows me to transmit my knowledge with theoretical bases to young people. I have a diploma as industrial engineer and also my dissertation at the same place of technology and business management is located content, so I put the tender of the professorship for corporate governance in the printing and publishing industry in our study course the main template for my application. It makes me happy to give my knowledge and experiences to our students and because of the work even be mentally movable with the young people.

### **3. You were three years the study dean of the study course Print-Media-Management. The study course has changed in the recent years. How you see the change ? And how that arrived at the students?**

In my term of office as a study dean we had the first impact of the modified applicants behave: The change in the printing and media industry certainly induced people to question a study in this environment and to look for alternative. Because of falling applicant numbers we tried by intense application with the different media channels to counteract. On the other hand there were considerations on the offer of our study course to adjust more to the changed framework conditions in the printing and media industry.

So there was the introduction of the three study focus:

- Industrial engineering Crossmedia and Print
- Industrial engineering Packaging and
- Industrial engineering Media Design.

With this offer we seem to be right after the first application phases for winter semester 15/16 and for summer semester 2016 because our application numbers have moved upwards. We are now looking forward how this offer is accepted in the currently running application for the winter semester 16/17.

#### **4. What set apart the new study focus Media Design ? On what is the focus placed?**

In study focus industrial engineering Media Design the students have the possibility especially from the 4th semester to appropriate in comprehensive module the basics of Design but also turn over the knowledge into practice in projects. The study course has a professorship Media Design created which is just at the appeal stage and for summer semester 2017 with a design environment originating person to be filled with.

#### **5. What was the primary target of these change ?**

With the new alignment will the profile of the industrial engineer become a total of for the different use fields in the modified printing- and media world sharpened. Especially in the study course industrial engineer for Media Design are young people addressed who have a high affinity for creativity next to a embossed understanding of technology and economy.

#### **6. Which professional opportunities you have with this graduation ?**

The professional use of a industrial engineer of Media Design is located at the interface between technology and creative work at printing- and media houses, in offers or advertising agencies or also at production department of publishing houses. Here are our graduates the professionals who can judge the creative works regarding technical implementation and economic feasibility.

#### **7. Are there more considerations which could develop the study course?**

With the new alignment has Print-Media-Management one from our point of view an important and groundbreaking step done in the future. We will watch and analyze as until now the development to be able to make other adjustments. An important element is the exchange with the practice. For that we are again with the women and men of our industry community together at the June 28th 2016 to incorporate with their assessments and experience in our considerations.

## 4. Crossmedia

### Definition

Cross = quer und media = Medien – somit zeigt sich die Bedeutung von Crossmedia als eine medienübergreifende Kommunikation.

Um Crossmedia-Kampagnen zu analysieren wurden **8 Kriterien** entwickelt. Zuerst sollte es eine über alle eingesetzten Instrumente erkennbare und durchgängige **Leitidee** oder ein übergreifendes Leitmotiv geben. Des Weiteren sollen formale Gestaltungsprinzipien, die Wiedererkennung von inhaltlichen Aussagen, ein passendes Maßnahmen-Timing, eine optimale Ansicht auf verschiedenen Endgeräten und die Benutzerfreundlichkeit eingehalten werden – kurz: die **formale, zeitliche und inhaltliche Integration**. Als drittes wichtiges Merkmal soll eine weitest mögliche Ausschöpfung von **vernetzten Instrumenten** mit einer passenden **Hinweisführung** gegeben sein. Auch **Interaktions- und Reaktionsmöglichkeiten** für die Zielgruppen, eine Erweiterung der angesprochenen **Sinnesorgane** und ein **Zielmedium**, in das die Konsumenten geleitet werden sollten festgelegt sein. Und zuletzt ein **Mehrwert** für den Konsumenten und überhaupt die **passende Wahl** der Medien und Instrumente für die Zielgruppe, das Produkt und die Marke sollten gegeben sein.

### Geschichte

Nicht erst seit der Neuzeit oder des Internets, bereits seit jeher kombinierten werbetreibende Unternehmen Kommunikationsmaßnahmen miteinander.

Am 1. Juli 1941 wurden in Amerika erste Sendelizenzen für kommerzielles Fernsehen erteilt, womit am Nachmittag desselben Tages bereits der erste Werbespot im amerikanischen Fernsehen ausgestrahlt wurde – für die Uhrenfirma „Bulova“. Sie war die erste legale Fernsehwerbung, wobei bereits zwei Jahre zuvor experimenteller Absichten drei Werbespots ausgestrahlt wurden. Somit konnten die Medien Print, Radio (in Amerika seit 1922) und TV als werbetragende Medien genutzt und kombiniert werden. Deutschland ließ sich bezüglich der Werbekanäle TV und Radio bis zum Jahr 1984 Zeit, in dem erste private Fernseh- und Radiosender zugelassen und für das Crossmedia-Marketing genutzt wurden.

Die zahlreichen Faktoren bzw. Kriterien für ein crossmediales Marketing, wie sie heutzutage definiert sind, waren damals jedoch noch unbekannt und wurden vermutlich noch nicht derart umgesetzt. Erst seit der Kommerzialisierung des Internets bekam diese moderne Bezeichnung „Crossmedia“ seine heutige Bedeutung.

Ende der 1990er Jahre verbreiteten sich Text- und Bildmaterialien im Internet durch werbetreibende Unternehmen, seitdem von einer Kombination von klassischen und digitalen Werbemaßnahmen gesprochen werden kann. Ab den 2000er Jahren entstanden Websites zur Information, Websites mit Kommunikationsmöglichkeiten und Online-Shops mit Transaktionsmöglichkeiten. Ab 2010 kam es zur verstärkten Nutzung Sozialer Netzwerke und ab 2013 zur Verbreitung und Nutzung von internetfähigen Smartphones und Tablets. Seit dem Beginn des Jahres 2015 gibt es immer mehr Bewegtbildkommunikation und somit videolastige soziale Netzwerke. Schließlich verfügen Haushalte meist über 4 oder mehr unterschiedliche Endgeräte, weshalb multiscreenfähige Inhalte gefragt sind und aufbereitet werden müssen.

„Crossmedia“ ist nun aktueller denn je. Es kam zu einer massiven Reizüberflutung, die Zahl der von Konsumenten genutzten Medien steigen immer weiter an und die Unternehmen fokussieren sich trotz paralleler Mediennutzung darauf ihre Kommunikationsziele zu erreichen, welche am besten mit starken, vernetzten und viral verbreiteten Botschaften und Leitideen gelingen.

Einige Kampagnen streben die Erfüllung mancher Kriterien jedoch gar nicht an, weshalb auch zwischen notwendigen und hinreichenden Kriterien unterschieden werden kann. Notwendige Bedingungen sind die *Durchgängige Leitidee*, die *formale, zeitliche und inhaltliche Integration* und die *Vernetzung*, die i.d.R. stets erfüllt werden. Die letzteren fünf Kriterien bzw. Bedingungen fallen unter die hinreichenden, „vernachlässigten“ Kriterien. Einige Kampagnen sind bei genauerem Hinblick nach korrekter Definition demnach „nicht ganz“ crossmedial.

## Kommunikationsinstrumente

[Grafik von <http://www.cross-science.de/2016/03/planung-von-kampagnen.html>]

Die zahlreichen Kommunikationsinstrumente können zunächst in folgende Teilbereiche untergliedert werden: **Print, Online, Spot, Sponsoring, Werbeartikel, Promotion, Messe, Event, Direct, PR, PoS, Radio, Mobile** und **Outdoor**. Nach zweimaligem segmentieren, zunächst in verschiedene Varianten des jeweiligen Instruments, dann in genaue Verfahren der Varianten, zeigt sich ein Meer von möglichen Werbe- und Kommunikationsträgern.

Schließlich befragten wir Prof. Dr. Wiesener, der in unserem Interview beispielsweise zur Zusammensetzung und Vernetzung dieser Kommunikationsinstrumente und zur voraussichtlichen Etablierung von Crossmedia Stellung nahm.

### Quellen:

Mahrtdt, N.: Crossmedia, 2009, Wiesbaden

<http://www.duden.de/rechtschreibung/crossmedial>

<http://www.ekapija.com/website/de/page/768336/Der-erste-Werbespot-ausgestrahlt-1941>

<http://www.startup-report.de/crossmedia-marketing-definition-kampagnen-aktuelle-beispiele/>

## Crossmedia

Cross and media – thus showing the meaning of crossmedia as a media overarching communication.

To analyze crossmedia-campaigns there were developed eight criteria. First of all there should be a set of all used instruments recognizable and consistent central idea and an overarching theme. It also aims to formal design principles, the recognition of content statements, an optimal viewing on different terminals and usability are to keep – in short: the formal, temporal and content integration. The third important feature should be a broadest possible utilization of networked instruments with a matching reference guide. Also interactions und reaction options for the target groups, an extension of the relevant organs of sense and a target medium in which determined consumer should be directed. And finally an added value for the consumer and in general the matching choice of media and instruments for the target groupe, the product and the brand should be met.

## History

Not since the modern era or the Internet, already always combined advertisers communication measures together.

On 1st of July, 1941, first broadcasting licenses for commercial television have been issued in America with which was bringing in the afternoon of the same day already broadcasted the first commercial on American television – for the watchcompany „Bulova“. They were the first legal television advertising when where two years earlier experimental intentions were broadcasted three commercials. Thus could the media print, the radio (in America since 1922) and the TV be used and combined as advertising media. Germany settled time in terms to the advertising channels TV and radio through 1984, approved in the first private television and radio channel and were used for the crossmedia marketing.

The numerous factors or criteria for a crossmedia marketing as they are nowadays defined, were at those time still unknown and were probably not yet implemented such. Only since the commercialization of the Internet this modern term got its present meaning „Crossmedia“.

End of the 1990s texts and images were published on the Internet by advertising companies, since that one can speak of a combination of classic and digital advertising measures. From the 2000s there were created websites for information, websites with communication possibilities and online stores with translation options. From 2010 there was increased the use of social networks and from 2013 for the dissemination and use of web-enabled smartphones and tablets. Since the beginning of 2015 there are more and more video communication and thus video-heavy social networks. Finally, households usually have 4 or more different devices, thats why enabled multiscreen content are in demand and have to be prepared.

Crossmedia is now more current than ever. It was a massive overstimulation, the number of consumers used media rise continues and the company focus in spite of parallel media use it to achieve their communication goals, which succeed best with strong, networked and virally spread messages and central idea.

Some campaigns do not aim to the fulfillment of certain criteria thats why they can also be made between necessary and sufficient criteria. Necessary conditions are the consistent central idea, the formal, temporal and the content integration and the networking usually are evenmore met. The latter five criteria or conditions falls under the sufficient „neglected“ criteria. Some campaigns are with a closer view to the correct definition therefore „not quite“ crossmedia.

### **Communication instruments**

The many communication instruments can be initially divided into the following areas: print, online, spot, sponsoring, promotional items, promotion, trade show, event, direct, PR, POS, radio, mobile and outdoor. Segment by twice, first in different versions of the instrument then in the exact variants method shows a sea of potential advertising and communications carriers.

Finally we asked Prof. Dr. Wiesener for example, for the composition and crosslinking of these communication instruments and the expected establishment of crossmedia took position in our interview.

## 4.1 Interview mit Prof. Dr. Wiesener über Crossmedia

### 1. Zuerst einmal: können Sie uns ein kurzes Statement zur neuen PMMinsight geben?

Die neue PMMinsight ist erstmalig nicht auf ein Buch fokussiert, sondern verbindet gleichermaßen die Themen Internet, 3D-Druck, Verpackung sowie Print. Das kann als Meilenstein angesehen werden! Dies ist insbesondere auch in Hinblick auf unsere neue Studiengangsausrichtung bedeutsam, da wir mittlerweile ein crossmedialer und design-orientierter Studiengang sind, der u.a. auch das Thema 3D-Druck aufgreift. Die PMMinsight fordert weiterhin wie jedes Semester die gesamte Bandbreite des Wirtschaftsingenieurwesens: von der Planung, Finanzierung, Entwicklung, Produktion bis hin zur Vermarktung – alles in der Hand der Studentinnen und Studenten.

### 2. Als Crossmedia versteht man eine Kommunikationskampagne, die über unterschiedliche Medienkanäle vernetzt ist. Was denken Sie:

#### a. Welche Zusammensetzung/Vernetzung von Medienkanälen finden Sie am erfolgsversprechendsten?

Wurden gängige Medienkanäle wie TV, Internet oder etwa auch Print bisher maßgeblich visuell erfolgreich eingesetzt, so erscheint es meines Erachtens aufgrund des steigenden Wettbewerbsdrucks sowie der wachsenden Anwendung crossmedialer Kampagnen sinnvoll, weitere crossmediale Elemente mit einzubeziehen: so hat etwa der Hersteller von Berufskleidung Engelbert Strauss neben der klassischen Medienverzahnung auch einen eigenen Song für Marketing-Kampagnen kreiert und so mittels des aufgrund visueller Überreizung wichtigen Audio-Kanals eine weitere Differenzierung zum Wettbewerb geschaffen.

#### b. Wie sehr wird sich Ihrer Meinung nach Crossmedia in Zukunft noch weiter etablieren? Die Definition besagt, dass mindestens 3 Kanäle genutzt werden müssen – glauben Sie, dass die Kampagnen bald jeweils alle Kanäle nutzen oder ist das schon der Fall?

Wie schon zuvor erwähnt halte ich den auditiven Kanal - egal ob über Radio, Fernsehen oder Internet - als wichtige Zusatzkomponente. In Zukunft stellt sich vermutlich weniger die Frage, wie viele Kanäle genutzt werden, sondern vielmehr wie Kanäle sinnvoll kombiniert werden: Aufgrund des Zusammenführens von Kommunikationskanälen in multifunktionalen Geräten, hier ist federführend das Smartphone zu nennen, spielt meines Erachtens in Zukunft insbesondere die Verzahnung von verschiedenen Werbeformen eine Rolle, da evtl. alle Kanäle über ein bzw. maximal zwei Endgeräte empfangen werden. Das eröffnet ganz neue crossmediale Ansätze.

#### c. In ihren Vorlesungen behandeln Sie auch das Thema Crossmedia, wie kommt es zu ihrem Interesse daran? Wie hatten Sie in Ihrer beruflichen Laufbahn schon Kontakt damit?

Ich habe bereits Anfang 2000 KMU-Unternehmen hinsichtlich des Einsatzes verschiedener Werbekanäle sowie deren Verzahnung beraten und darauf geachtet, einheitliches Design oder etwa auch einen durchgängigen Leitspruch einzusetzen. Schon Jahrzehnte früher gab es Marketing-Kampagnen, die aus heutiger Perspektive als crossmediale Kampagnen bezeichnet werden können. Damals wurde allerdings noch nicht oder nur selten von Crossmedia gesprochen und auch wissenschaftlich war die crossmediale Vermarktung kaum untersucht. Folglich wurden die Kanäle in der Vergangenheit oft nur auf "gut Glück" eingesetzt und miteinander vernetzt. Umso wichtiger erscheint es mir, Crossmedia wissenschaftlich weiter aufzugreifen und Strategien und Methoden zur Erhöhung der Erfolgswahrscheinlichkeit von Werbekampagnen zu entwickeln. Entsprechend statten

wir unsere Studentinnen und Studenten mit diesem Wissen aus und motivieren sie, in Zukunft selbst an diesem Thema weiter zu forschen. Ich habe letztes Semester Bachelorarbeiten zu den Themen Crossmedia in der Musikindustrie oder auch im Personalmarketing betreut, weitere crossmedial-bezogene Arbeiten laufen derzeit noch. Das zeigt das Interesse der Studentinnen und Studenten an Crossmedia.

## **Interview with Prof. Dr. Wiesener about Crossmedia**

### **1. First of all: Can you give us a short statement to the new PMMinsight?**

The new PMMinsight is not focused on a book at all, but combines both of the topics Internet, 3D printing, packaging and also print. This can be regarded as a milestone! This is significant especially in view of our new study program orientation, since we have become a crossmedia and design oriented study course which include also the topic 3D printing. The PMMinsight continues to call as each semester the entire spectrum of industrial engineering: from planning, financing, development, production to marketing – all in the hands of students.

### **2. As crossmedia we understand a communication campaign that is crosslinked with different media channels. What do you think ?**

#### **a. What composition/ networking of media channels you see the most promising ?**

When common media channels like TV, Internet or some print also have been used successfully mainly visually, it seems in my opinion, due to the increasing competitive pressure and the increasing use of crossmedia campaigns elements: so has some of the manufacturers of workwear Engelbert Strauss next to the classic media toothing also ist own song for marketing campaigns done and so thus creating a more differentiation for competition by means of the important basis of visual overstimulation audio channel.

#### **b. How much do you think will the crossmedia continue to establish itself in the future? The definition states that a minimum of 3 channels must be used - do you think that the campaigns each utilize all channels soon or is it that already in case ?**

As I mentioned earlier, I think the auditory canal – wether by radio, television or Internet – as an imporant additional component. In future probably is less the question of how many channels are used but rather how much channels can be useful combined: Due to the merging of communication channels in multi-functional devices here is leading the smartphone to call, namely the integration of various types of advertising plays in my opinion in the future a role, possibly because all channels received via one or more than two terminals. This opens up new crossmedia approaches.

### **3. In your lectures you treat the topic Crossmedia, how does it come to your interests ? How you had already contact with it in your career ?**

I have already advised early 2000 KMU campaigns regarding the use of various advertising channels and dovetailing and made sure to use uniform design or as well a consistent motto. Decades erarlier there were marketing campaigns that can be called from today's perspective as a crossmedia



campaigns. At those days has not yet or only rarely spoken of crossmedia and scientifically crossmedia marketing was barely investigated. Accordingly, the channels in the past were often used on „good luck“ and networked. It seems to me more important to pick up crossmedia more with science and to develop strategies and methods to increase the probability of success of advertising campaigns. Accordingly, we equip our students from this knowledge and motivate them to do research in the future even in this subject further. Last semester I have looked after Bachelor thesis on subject crossmedia in the music industry or in personnel marketing, more crossmedia-related work is still ongoing. This shows the interest of the students to crossmedia.

## 1.1 Statistik

Wie es auf Homepage evtl veranschaulicht wird:

Was	bevorzugen	Sie? (Buttons)
Buch	oder	e-Book
Gedruckt	oder	Digital
Shoppen gehen	oder	Online-Shopping
Überweisungsschein am Bankschalter	oder	Online-Banking
Bezahlen: mit Karte	oder per Handy	oder Bar

Dann wieder Hochrechner:

Von: Buch → 37	e-Book → 3	
Gedruckt → 29	Digital → 13	
Shoppen gehen → 19	Online-Shopping → 20	
Überweisungsschein → 6	Online-Banking → 32	
Karte → 23	per Handy → 3	Bar → 22

What	do you	prefer? (Buttons)
Book	or	e-Book
Printed	or	digital documents
To go shopping	or	online-shopping
Letter of referral	or	online banking
To pay by cash card	or by your mobile phone	or by cash

Hochrechner: s.o.

## 2. 3D-Druck

Wo man nur hinschaut, überall ist die Rede von 3D-Druck. Ob in den Nachrichten, die von 3D-gedruckten Organen berichten, in den Modezeitschriften mit 3D-gedruckter Mode oder im Unterhaltungsfernsehen, in dem 3D-gedruckte Figuren der Casting-Teilnehmer erstellt werden. Doch wie genau funktioniert der 3D-Druck? Um dies zu erläutern werden im Folgenden verschiedene Fertigungsverfahren vorgestellt. Anschließend finden Sie noch ein Interview mit Prof. Dr.-Ing. Hartmann über seine Meinung zur Zukunft des 3D-Drucks.

### 3D-Druckvorstufe

Für den Druck eines 3D-Objektes wird, wie für den herkömmlichen Drucker auch, eine digitale Datei benötigt, welche die zu druckenden Informationen enthält. Jedoch muss für die Datei eines 3D-Drucks ein bestimmtes Format, wie zum Beispiel CAD (Computer Aided Design) verwendet werden. Bevor jedoch ein Objekt aus einem 3D-Modell aufgebaut werden kann, findet das „Slicing“ statt, wobei das 3D-Modell in zweidimensionale, horizontale Schichten zerteilt wird, welche auch „Layer“ genannt werden. Ein Dateiformat, welches die Informationen für jede einzelne Schicht enthält, ist zum Beispiel eine .STL Datei (Stereolithography Language). Mit Hilfe dieser Dateien, kann der 3D-Drucker ein Objekt aus den einzelnen, horizontalen und zweidimensionalen Schichten drucken.

### 3D-Druck

Die Druckverfahren, die beim 3D-Druck zum Einsatz kommen, können vereinfacht in vier Bereiche aufgeteilt werden: das *Pulverdruckverfahren*, das *Drucken mit geschmolzenen Materialien*, das *Drucken mit flüssigen Materialien* und *weitere 3D-Druck Verfahren*.

#### 1. Pulverdruckverfahren

Es wird ein flüssiger Klebstoff, bei dem es sich um die unterste zweidimensionale Schicht handelt, über einen beweglichen Druckkopf auf eine Pulverschicht aufgetragen. Auf diese Schicht aus

Klebstoff wird anschließend eine neue, hauchdünne Pulverschicht gezogen. Dieser Vorgang wird Schicht für Schicht wiederholt, bis das 3D-Objekt fertiggestellt ist.

Hierbei wird hauptsächlich Gips- und Kunststoff verwendet.

Das „**Selective Laser Sintering**“ (SLS) ist eine Abwandlung des bereits beschriebenen Verfahrens. Beim SLS- Verfahren kommt kein Klebstoff zum Einsatz, stattdessen werden die einzelnen Pulverschichten unter einer Schutzatmosphäre mithilfe eines Lasers erhitzt und somit verschmolzen. Aufgrund der Beschaffenheit des Pulvers kühlt das Objekt schnell aus und kann somit nicht mehr verformt werden. Bei diesem Verfahren können neben Kunststoff auch Metall, Keramik und Sand verwendet werden.

## **2. Drucken mit geschmolzenen Materialien – „Fused Deposition Modeling“ (FDM)**

Dieses Verfahren verwendet hauptsächlich Kunststoffe und ist das beliebteste 3D-Druck Verfahren. Außerdem ist es momentan die günstigste Methode 3D-Drucke zu erstellen.

Hierbei wird ebenfalls mit zweidimensionalen Schichten gearbeitet, jedoch meist mit einer beweglichen Plattform. Der Druckkopf wird bei diesem Verfahren, im Gegensatz zum Pulverdruckverfahren, beheizt. Dadurch wird das leicht zu schmelzende, draht- oder stäbchenförmige Material geschmolzen. Abhängig vom Modell sind entweder der Druckkopf, die Plattform oder beides beweglich. Die Geschwindigkeit, in welcher sich die beiden Elemente bewegen, ist davon abhängig wie schnell das verwendete Material trocknet. Die jeweils nächste Schicht kann erst aufgetragen werden, wenn die darunterliegende Schicht getrocknet ist. Hohlräume und Überhänge werden mithilfe von Stützmaterialien gedruckt, welche wasserlöslich oder wachstartig sind und somit einfach ausgewaschen oder ausgeschmolzen werden können.

## **3. Drucken mit flüssigen Materialien**

Verfahren die diese Methode anwenden, arbeiten auf Basis von flüssigen und UV-empfindlichen Kunststoffen. „**Stereolithografie**“ (STL oder SLA) ist eines davon. Es benötigt ein mit flüssigem Kunststoff gefülltes Becken. Dieser hat die besondere Eigenschaft nach einer gewissen Belichtungszeit zu erstarren. Unter der Oberfläche des flüssigen Kunststoffes befindet sich ein bewegliches Druckbett. Mit dessen Hilfe können die einzelnen Schichten des 3D-Modells durch einen Laser auf die Oberfläche projiziert werden. Ist die erste Schicht erstarrt, fährt das Druckbett um die Höhe einer Schicht nach unten und der Vorgang wird wiederholt. Das fertige Objekt wird aus dem Becken genommen.

## **4. Weitere Verfahren**

Ein weiteres Verfahren ist das „**Laminated Object Modeling**“ (LOM), auch Fotolaminier-3D-Druck genannt. Es ist ein relativ neues Herstellungsverfahren für 3D-Objekte, bei welchem sehr dünne Schichten unterschiedlicher Materialien, wie zum Beispiel Kunststoffe, Papier und Aluminium miteinander verklebt werden.

Quellen:

<http://3d-druckercheck.de/3d-druck-verfahren/#stereo>

<https://3druck.com/grundkurs-3d-drucker/teil-2-uebersicht-der-aktuellen-3d-druckverfahren-462146/>

## 3D printing

Wherever one looks, everywhere there is talk about 3D printing. Whether in the news where is talked about 3D printed organs, in the fashion magazines which write about 3D printed fashion or in the television where they print 3D figures of the participants of a carsting.

But how exactly does 3D printing work? To illustrate this the various production processes are explained in the following. Then you can find an interview with Prof. Dr.-Ing. Hartmann about his opinion on the future of 3D printing.

### 3D prepress

For the printing of a 3D object a digital file is needed as for the conventional printer. This digital file should contain the information which should be printed. For the file of a 3D printing you have to use a specific format, such as CAD (Computer Aided Design). Before an object can be constructed from a 3D model, the "slicing" will take place, where the 3D model is divided into two-dimensional, horizontal layers which are also called "Layer". A file format which contains the information for each individual layer, for example a .STL file (Stereolithography Language). Using these files the 3D printer can print an object from the individual, horizontal and two-dimensional layers.

### 3D printing

The printing processes used in 3D printing can be simplified partitioned into four areas: the powder printing process, printing with molten materials, printing with liquid materials and other 3D printing process.

#### 1. Powder printing process

The lowest two-dimensional layer is coated with a liquid adhesive, over a movable print head on a powder layer. At this layer of glue then comes a new, ultra-thin layer of powder. This process is repeated layer by layer until the 3D object is completed.

Materials which here are used are mainly gypsum and plastic.

The "selective laser sintering" (SLS) is a modification of the method already described. In SLS process no adhesive is used. Instead, the individual powder layers are heated under a protective atmosphere by means of a laser and thus melted. Due to the nature of the powder, the object cools down quickly and thus cannot be deformed. In this process, metal, ceramic and sand can be used in addition to plastic.

#### 2. Print with molten materials - "Fused Deposition Modeling" (FDM)

This process uses mainly plastics and is the most popular 3D printing process. Moreover, it is currently the most favorable method to create 3D prints.

Here is also worked with two-dimensional layers, but usually with a movable platform. The print head is in this method, in contrast to the powder printing method, heated. Because of this the easy to melt wire or rod-shaped material is melted. Depending on the model of either the printhead, the platform or both are movable. The speed at which the two elements move is dependent on how quickly the used material dries. The respectively next layer can only be applied if the underlying layer is dried. Cavities and overhangs are printed with the aid of supporting materials. These are water-soluble or waxy and therefore easy to wash or melt out.

#### 3. Print with liquid materials

Processes using this method, work on the basis of liquid and UV-sensitive plastics.

"Stereolithography" (STL or SLA) is one of them. It requires a pool filled with liquid plastic. This has the particular characteristic to solidify after a certain exposure time. Under the surface of the liquid plastic is a movable printing bed. With the aid of which the individual layers of the 3D model can be

projected by a laser on the surface. When the first layer is solidified, the pressure bed leaves at the height of a layer down and the process is repeated. The finished object is removed from the pool.

#### **4. Other methods**

Another method is the "Laminated Object Modeling" (LOM). It is a relatively new method for producing 3D objects. At these method are very thin layers of different materials adhered to each other. Materials which are used could be plastics, paper and aluminum.

### **2.1 Interview mit Prof. Dr.-Ing. Hartmann über 3D-Druck**

#### **1. Bevor wir zum 3D Druck kommen, können Sie noch ein kurzes Statement zu unserer PMMinsight – the crossbox. abgeben?**

„PMMinsight – the crossbox.“ ist ein gelungenes Beispiel für die Weiterentwicklung unseres Studienganges und der PMMinsight in das crossmediale Medienzeitalter. Besonders eindrucksvoll finde ich den Spannungsbogen von der Verpackungsentwicklung über den online-Auftritt hin zum angewandten 3D-Druck.

#### **2. Wie schätzen Sie die Potenziale des 3D Drucks in Bezug auf die Druckbranche ein?**

Die Faszination des 3D-Druckes ist natürlich branchenbezogen zu betrachten und aufzulösen. Grundsätzlich handelt es sich beim 3D-Druck um ein additives Fertigungsverfahren. Es eröffnet hinsichtlich der Gestaltung von Bauteilen völlig neue Möglichkeiten. Diese müssen bereits in der Konstruktion berücksichtigt werden, es muss sozusagen „3D-druckgerecht“ konstruiert werden.

Im Mittelpunkt steht dabei die Losgröße 1, die die Basis des 3D-Druckes ist, und damit für den Prototypenbau, Kleinstserien oder Individualisierung prädestiniert ist. Weitere wesentliche Punkte sind natürlich die Eigenschaften des fertigen Bauteils hinsichtlich der Werkstoffkennwerte, Festigkeiten und Toleranzen.

Zusammenfassend muss festgestellt werden, dass es hier eine Vielzahl von Themen gibt, die in der Druckindustrie kaum Bedeutung haben. Damit fehlt üblicherweise auch das notwendige Know-how zu diesen speziellen Themen. Daher lautet meine Empfehlung an die Unternehmer der Druckindustrie, sehr genau die Marktanforderungen und die eigenen Stärken zu analysieren.

#### **3. Es gibt Skeptiker, die sagen, 3D Druck hätte technisch nichts mit Drucken zu tun, wie sehen Sie das?**

Dreidimensionalität und Druck haben auf den ersten Blick wenig gemein. Allerdings ist der Bereich der Farbe und der Farbverbindlichkeit der Objekte eine Domäne des Drucks mit den Themen Farbräume, Farbprofilierung und verbindlicher Farbproofs. Diese Themen sind natürlich auch für 3D-Objekte von Bedeutung. Hier sind die Spezialisten der Druckbranche gefordert und haben bei diesen Themen auch ein Alleinstellungsmerkmal. Also auch ein Grund das Thema 3D-Druck in die Studieninhalte an der HdM zu integrieren, was wir ja mit dem kürzlich installierten 3D-Drucker getan haben.

#### **4. Gibt es spezielle Produkte/Bereiche, die Sie sich für die Druckbranche im 3D-Druck vorstellen können?**

Einsatzmöglichkeiten in der Druckindustrie sehe ich in der Individualisierung von 3D-Objekten mit Medienbezug wie z.B. Werbemittel oder im künstlerischen, gestalterischen Bereich wie Architektur,

Bühnenbilder etc. Ein weiteres großes Feld ist der Bereich der Veredelung von Druckprodukten durch 3D-Applikationen, also die Kombination von klassischem Druck und 3D-Druck.

**5. Haben Sie schon eine Vorstellung, wie der 3D-Druck die Industrie verändern kann?**

Die Anwendungsmöglichkeiten sind sehr vielfältig, von Luft- und Raumfahrt, Fahrzeugtechnik bis zur Medizin. Dabei bedarf es oftmals eines interdisziplinären Ansatzes, um die Möglichkeiten des 3D-Druckes ausschöpfen zu können und stellt besondere Ansprüche an die Qualifikation und Qualität der Zusammenarbeit der Beteiligten. Insgesamt ergeben sich dann auch völlig neue, veränderte Wertschöpfungsketten.

Weiterhin wird der 3D-Druck bei der Individualisierung von Produkten und Zunahme der Variantenvielfalt sein Potential ausspielen.

**6. 3D-Druck ist gerade in aller Munde – denken Sie dieser Hype wird anhalten, so dass er in naher Zukunft in jedem Haushalt zu finden ist?**

Der Hype wird in Zukunft etwas beruhigen, um einer realistischen Einschätzung Platz zu machen, die allerdings von einer wachsenden Verbreitung und Anwendung gekennzeichnet sein wird.

Den 3D-Druck in jedem Haushalt erwarte ich nicht. Vielmehr wird es 3D-Druck als Dienstleistung im Copy-Shop um die Ecke oder im Baumarkt geben, wo der Endkunde seine selbst gestalteten Teile oder Ersatzteile ausdrucken kann. Flankiert wird diese durch Dienstleistungen rund um die Gestaltung bzw. das Angebot von Dateien für den 3D-Druck.

## **Interview with Prof. Dr.-Ing. Hartmann about 3D printing**

**1. Before we speak about the 3d printing process could you give me a short statement about our project PMMinsight – the crossbox.?**

“PMMinsight – the crossbox.” is a successful example for the future trend of our study course and for the project PMMinsight in the crossmedia age. The bridge from the packaging progress to the homepage and to the practical 3D printed object is especially impressive for me.

**2. How do you estimate the potentials of the 3D printing relating to the printing industry?**

You have to look at the fascination of 3D printing based on the whole industry. Fundamentally the 3D printing is an additive manufacturing process. There are some new possibilities to design the construction components. You have to consider them in the 3D construction.

The batch size 1 is the midpoint and the base of the 3D printer. So it is predestinated for prototype constructions, short runs and the individualization. Other essential parts are the material properties, the stability and the tolerances of the finished element.

In summary you can say that a multitude of themes don't have a meaning in the printing industry. So there isn't any know-how in these special themes too. My suggestion for the printing companies is to analyse the requirements of the market and the own strengths very exactly.

**3. Some sceptic people say 3D printing has nothing to do with the real printing. How do you think about it?**

At first sight three-dimensional objects have nothing to do with printed objects. Certainly the themes colour and colour specification of the objects are a preserve of the printing industry. In addition you can integrate the themes colour spaces, profiles and proofs. These themes are very important for 3D objects too. The specialists of the printing industry are required and they have a unique feature. That's one of the reasons to integrate the theme 3D printing in the course specialisation. We installed a new 3D printer in the university, so the integration was successful.

**4. Are there special products/sectors you can imagine for the printing industry relating to 3D printing?**

I see capabilities in individual 3D printed objects with a reference to the media industry. For example advertising media or advertisement in the sectors art, graphic, architecture or stage setting. An other big division is the finishing process with 3D applications. That's the combination of a classic printing process with 3D printing.

**5. Do you already have an idea how 3D printing can change the printing industry?**

The applications are very manifold for example in aerospace, automotive engineering or medicine. So you often have to find an interdisciplinary projection to exploit the possibilities of 3D printing. So you demand a great deal of qualifications and qualities in cooperation of the involved persons. Overall there are totally new value added chains. Furthermore the 3D printing will show his potentials of individualism and increase of diversity.

**6. The industry actually talk very much about the 3D printing – do you think that you can find this innovation in every household in future?**

In future the hype will settle a little bit and a realistic assessment will come. But this assessment will be hallmarked by a growing distribution and application.

I don't estimate the 3D printing in every household. In fact you will find the 3D printing in every copy-shop at the next corner or in building centers. Here the customer can print his own created element that will be supported by services in design and file offers.

## **6. Vom Studienanfänger zum Absolventen**

### **From freshman to graduate**

In den folgenden Interviews erfahren Sie, welche der neuen Schwerpunkte die PMM-Studienanfänger wählen möchten und welchen beruflichen Weg die PMM-Absolventen eingeschlagen haben. Wir haben diese beiden Zielgruppen außerdem zu unseren Themen Crossmedia und 3D-Druck befragt.

In the following interviews you will see which of the new focuses the PMM freshmen want to choose and which occupational paths the PMM alumni struck. Also we consulted them about our issues crossmedia and 3D printing.

## Absolventen-Stimmen

### Graduate-voices

#### Maximilian Eisenmann, Absolvent 2015

Am meisten haben mich die betriebswirtschaftlichen Fächer interessiert. Projektarbeiten, wie die PMM Insight finde ich sehr spannend und abwechslungsreich, da man das bereits erlernte Wissen in die Tat umsetzen konnte.

Mir gefällt, dass der Studiengang nun eine extreme Breite bekommen hat. Die unterschiedlichen Interessen der Studierenden werden komplett erfüllt. Wenn ich nochmal wählen könnte, würde ich mich für den Bereich Packaging entscheiden, da ich den Verpackungsmarkt am spannendsten und am zukunftsfähigsten sehe.

Economic subjects were most interesting for me. Work on projects like the PMMinsight was very exciting and diversify for me because you could implement the knowledge you've already learned into practice.

I like that the study course now get a extreme width. The different interests of the students are completely satisfied. If I could choose again, I would decide for „Packaging“ because in my opinion the market of packaging is the most exciting and most sustainable.

#### Frederik Glaser, Absolvent 2015

Nach meinem Studium an der HdM habe ich als Projektmanager bei der asim GmbH angefangen. Hier bin ich in der Einführung und Medienproduktion von Software Projekten in der PIM (Product Information Management) eingebunden.

Im PMM-Studium habe ich gelernt komplexe Sachverhalte strukturiert zu analysieren und mich zu organisieren. Außerdem habe ich mir ein berufliches und soziales Netzwerk aufgebaut.

After finishing my study course at HdM, I started as project manager at asim GmbH. I'm integrated in the introduction and media-production of software-projects in PIM (product information management).

While the PMM-study course, I've learned how I can analyze complex circumstances and how I can managed myself. Furthermore I've built a network of social and business contacts.

#### Jonas Wenzel, Absolvent 2015

Ich arbeite als Projektleiter bei der Firma theurer.com und bin unter anderem für die Einführung der ERP/MIS Software C3 verantwortlich. Dafür bin ich oft auch europaweit in Druckereien unterwegs. Würde ich PMM nochmal studieren, würde ich mich ganz klar auf den Bereich Packaging spezialisieren, da dieser unglaublich vielfältig, spannend und technisch anspruchsvoll ist.

I work as a project manager at „theurer.com“. Amongst others I'm responsible for the introduction of ERP/MIS software C3. Therefor I often travel to other printing houses in Europe. If I would study



PMM again, I would definitely focus on packaging because this area is incredibly diversified, exciting and technically challenging.

#### **Robin Ehrhardt, Absolvent 2016**

Die unglaubliche Abwechslung, die das Studium bietet, ist toll. Jeder Student hat die Möglichkeit, neben dem „Pflichtprogramm“, eigene Interessen zu vertiefen und sich dahingehend zu entwickeln.

The incredible variety the study course offers is great. Every student has got the possibility to deepen its own interests and to develop in this area.

#### **Andreas Danner, Absolvent 2014**

Aus meinem Studium mitgenommen habe ich die Fähigkeit zu selbstständigem Arbeiten. Außerdem habe ich gelernt Eigenverantwortung, Engagement und Leidenschaft für die eigene Tätigkeit zu entwickeln.

Besonders haben mich Vorlesungen wie Arbeitsrecht und Management interessiert, weil diese im späteren Berufsleben relevant sind. Außerdem habe ich während meinem Studium Veranstaltungen mit Software-Schwerpunkt belegt, um auch in diesen Feldern erste Erfahrungen sammeln zu können.

Die neuen Bereiche des Studiengangs finde ich allesamt spannend. Könnte ich wählen, würde meine Wahl wohl auf Crossmedia fallen, aber auch der Bereich Packaging ist natürlich ein spannendes und sehr zukunftsfähiges Feld.

While my studies I've learned the ability to work independently. Furthermore I've learned to develop personal responsibility, commitment and passion for the own job.

Especially I was interested in courses like employment law and management because they are important in further working life. Furthermore I've taken courses with focus on software to gain experiences in this area.

I think that the new focuses of the study course are exciting. If I could select, my choice would probably be crossmedia. Packaging is also an exciting and very sustainable area.

## **PMM-Anfänger berichten**

### **PMM freshmen report**

#### **Dina Mohammed:**

Ich werde die Vertiefungsrichtung Mediadesign wählen, da ich mich sehr für Gestaltung interessiere.

I will select the focus of mediadesign because I'm very interested in design.

#### **Stephanie:**

Ich überlege Crossmedia oder MediaDesign zu wählen. Beide Bereiche sind zukunftsfähig und in mehreren Bereichen im Arbeitsleben einsetzbar.

I consider to select crossmedia or mediadesign. Both areas are sustainable and applicable in several areas of working life.

**Patrick Kozdon:**

Der Schwerpunkt Mediadesign klingt für mich am interessantesten. Hier werde ich während meinem Studium am meisten Spaß am Thema haben und für meine berufliche Zukunft am meisten profitieren.

Das Thema 3D-Druck ist Bestandteil des Schwerpunktes Mediadesign, was mich besonders anspricht. Bisher habe ich viel über das Thema recherchiert.

Unter Crossmedial verstehe ich, dass ein Produkt/ein Thema von vielen verschiedenen Arten von Medien umfasst wird.

For me the focus mediadesign sounds most interesting. In this area I will have the most pleasure (at the topic?) during my studies and the most profits for my further career.

3D-printing is a component of mediadesign, so this is particularly interesting for me. I've researched a lot about this topic.

By crossmedia I understand that products or topics are included of different kinds of media.

## 7. Erfahrungsberichte

### 7.1 Mohn Media

Im September 2015 hatten wir, die Studierenden des Studiengangs Print-Media-Management, die Chance an einer dreitägigen Exkursion zu dem Unternehmen *Mohn Media Mohndruck GmbH* in Gütersloh teilzunehmen. *Mohn Media* ist Teil der *Bertelsmann Printing Group* und steht seit Jahrzehnten für Full-Service rund um den Offsetdruck.

Der erste Tag dort begann mit vielen interessanten Vorträgen aus den verschiedenen Abteilungen des Unternehmens. Wir erhielten einen weitreichenden Überblick über die Druckvorstufe, die Produktlinie Action Print und Kataloge sowie dem großen Bereich Technologie. Der Tag endete mit einer Stadtführung durch die Stadt Gütersloh.

Tag 2 war der Praxis gewidmet. In der Buchbinderei stellten die Studierenden ihre eigenen, von Hand gebundenen Notizbücher her, was alle sehr begeistert hat. Der weitere Tagesablauf bestand aus einer spannenden Besichtigung der unterschiedlichen Produktionsabteilungen. Außerdem wurden wir an beiden Abenden mit leckeren Abendessen im Kulturzentrum der Stadt und einem chinesischen Buffet bestens versorgt.

Der letzte Tag begann mit einer praktischen Gruppenübung in der Medienfabrik. Die Studierenden lernten viel darüber wie sich die richtige Zielgruppe auf die Entwicklung eines Magazins auswirkt. Ein weiteres Highlight war die Besichtigung der Weiterverarbeitung am Standort Marienfeld.

Wir haben in diesen Tagen viel gelernt und sind dankbar, dass wir diese Chance bekommen haben. Wir konnten einen abwechslungsreichen Einblick in die Abteilungen des Unternehmens gewinnen und werden die vielen Erfahrungen nutzen, um die richtige berufliche Richtung für unsere Zukunft zu finden.

### Mohn Media

Last september the students from the study course print-media-management had the chance to take part in an excursion to the company 'Mohn Media Mohndruck GmbH' in Gütersloh. Mohn Media is part of the 'Bertelsmann Printing Group' and stands for high quality offset printing for decades.

The first day started with many interesting presentations about the different divisions in the company. We got a general idea about the sector prepress, the product lines action print and catalogues as well as the sector technology. The day closed with a sightseeing trip through the city Gütersloh.

The second day was attend to the practice. The students produced their own, handmade book in the bookbinding sector. All students were very enthusiastic. The rest of the day we visited all the exciting places of printing production. Furthermore we were provided with tasty dinners in the cultural city center and a chinese restaurant on both evenings.

The last day started with a practical group exercise in the media factory. The students learned much about how the right target audience affect the development of a magazine. The next highlight was the visitation of the postpress division in Marienfeld.

We are very grateful for this chance and we learned very much. We got a diversified insight in the company divisions and want to use the experiences to find the right way for our future.

## **7.2 Packaging Valley – „Studenten treffen Unternehmen“**

Ende Oktober 2015 nahmen einige Studierende aus dem „thecrossbox.“-Team an einer Exkursion nach Schwäbisch Hall ins Packaging Valley teil. Die Teilnehmer fanden während ihres Aufenthalts Unterkunft in dem Hotel Hohenlohe. Donnerstagsmorgen startete die zweitägige Exkursion mit zwei Bussen in Richtung Altstadt von Schwäbisch Hall. Im Rathaus der Stadt angekommen, begrüßte Oberbürgermeister Hermann-Josef Pelgrim die Studierenden.

Anschließend trennten sich die Teilnehmer in zwei Gruppen auf. Während die eine Gruppe in Crailsheim Abfüllanlagen und Hightech Verpackungsmaschinen besichtigte, fuhr die zweite Gruppe zu Softwareentwicklern, Herstellern von Flaschenabfüllanlagen und Pharmaindustriezulieferern.

Am Abend konnten die Studierenden in gemütlicher Atmosphäre die Ansprechpartner der Unternehmen persönlich ansprechen und sich über mögliche Karriereaussichten austauschen. Freitags wurden die Gruppen getauscht damit jeder Studierende einen größtmöglichen Einblick erhalten kann.

Das Packaging Valley ist ein Zusammenschluss aus verschiedensten Firmen in der Region Hohenlohe, die in der Verpackungsbranche etabliert sind. Dazu gehören Maschinenbauer, Sondermaschinenhersteller, Softwareentwickler und Dienstleistungsanbieter. Kunden aus Pharma-, Lebensmittel-, Kosmetik- und Chemieindustrie finden ihre Anbieter im Packaging Valley.

Dank der Exkursion konnten erlernte Studieninhalte in der Praxis besichtigt werden.

### **Packaging Valley**

In the end of October 2015 some students from the „thecrossbox.“ Team took part on a excursion to Packaging Valley in Schwäbisch Hall. The participants found lodging during their stay in the Hotel Hohenlohe. Thursday morning the two-day-trip started with a drive to the historic citycenter of Schwäbisch Hall. In the cityhall arrived greeted the mayor Hermann-Josef Pelgrim the students. Afterward the participants where splitted into two groups. While one group visited in Crailsheim packaging machine producer and high-tech packaging machines, the other group inspected software developer, producer of bottle filling systems and pharmaceutical industry suppliers. In the evening the students were able to responsive personally the contact person of the company in cozy atmosphere. On Friday the groups were exchanged, so that every student can receive a maximum insight of the companys.

The Packaging Valley is an union of various companies, which are established in the packaging industry, in the region Hohenlohe. These include mechanical engineering, special equipment manufacturers, software developers and service providers. Customers from pharmaceutical, food, cosmetics and chemical industries find their supplier in Packaging Valley. Thanks to the excursion learned study contents could be seen in practice.

## **7.3 Appenzeller Druckerei**

Um das theoretische Wissen in der Praxis anwenden zu können, bietet der Studiengang Print-Media-Management ein Praxisprojekt in der Schweiz.

Das diesjährige Projekt fand in der Kooperation mit der Partnerhochschule HEIG in Yverdon-des-Bains (französischsprachige Schweiz) und der Appenzeller Druckerei AG in den ersten beiden Semesterwochen statt.

In der ersten Woche wurden die Studenten beider Hochschulen einander vorgestellt und erhielten einen Intensivkurs über die Durchführung von Assessments, Prozessanalysen und diverse Verbesserungsinstrumente im Unternehmen. Die englische Unterrichtssprache stellte hier gar kein Problem dar.

Der zweite Teil des Projekts fand in Herisau, in der deutschsprachigen Schweiz, statt. In der Appenzeller Druckerei konnte das vorher gelernte praktisch umgesetzt werden. Aufgeteilt in drei Gruppen wurden Mitarbeiterbefragungen durchgeführt, Prozesse und Wege analysiert und Instrumente zur Verbesserung des Unternehmens entwickelt. In einer abschließenden Präsentation wurden dem Unternehmen die Ergebnisse vorgestellt, sowie einige Verbesserungspotentiale aufgezeigt. Somit konnten beide Seiten von einer „Win-Win-Situation“ profitieren.

## **Appenzeller Druckerei**

To exercise the theoretical knowledge in practice, the course of studies offers a practical project in Switzerland.

The current project happened in cooperation with the partner university HEIG in Yverdon-Des-Bains (French spoken part of Switzerland) and the Appenzeller Druckerei AG, a printing plant company in the first two weeks of the semester.

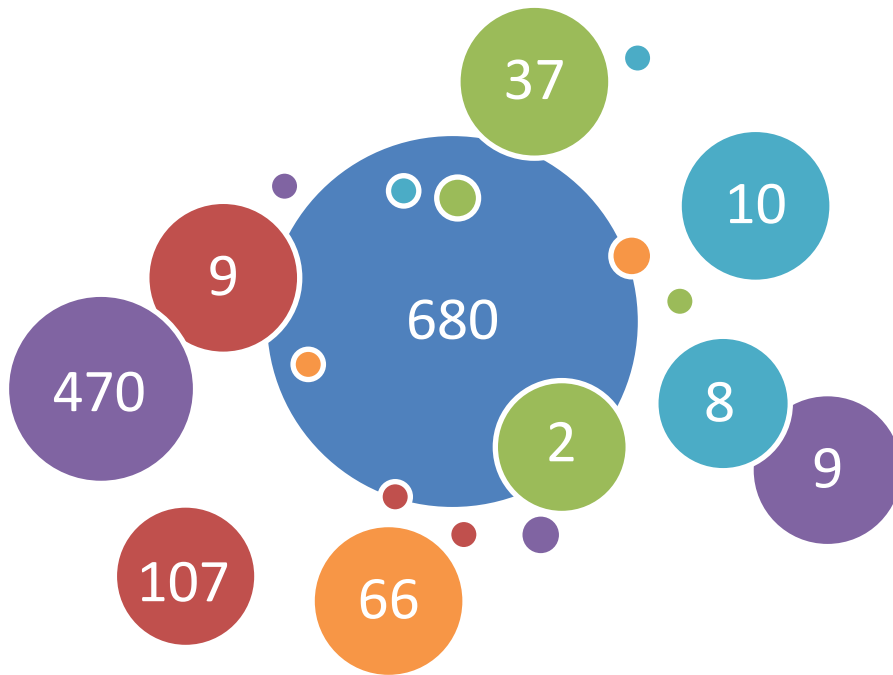
In the first week the students of both universities were introduced to each other and they received a crash course in realization of assessments, process analysis und diverse improvement instruments in a company. The lessons happened in English, which was no problem for the students.

The second part of the project happened in Herisau, in the German spoken part of Switzerland. The students learned in the Appenzeller Druckerei AG how to implement theory into practice.

Split into three groups they organized employee attitude surveys, processes and ways analysed and instruments to improve the company situation evolved. They introduced in a final presentation their results to the company, as well as to highlight their ideas for improvement. Therefore both sides could profit from „win-win-situation“.

## 8. Projektverlauf in Zahlen

Wie es evtl. auf Homepage aussieht:



**Draufklicken o.ä., dann:**

680 → E-Mails zwischen Vertrieb und Sponsoring

470 → Sponsorentelefonate

107 → Projektarbeitstage

73 → Kaffees

66 → Tage bis zum Karten-Drucktermin

10 → Ideen bis zum Endprodukt

9 → Abstimmungen

9 → Veröffentlichte Facebook-Bilder

8 → Gruppenmeetings

2 → Öffentliche Veranstaltungen / Kuchenverkäufe

## **Numerical course of the project**

680 distributed e-mails

470 telephone calls with the sponsors

107 project days

73 coffees

66 days till the date to print the cards

10 ideas to the final product

9 votings

9 released facebook-photos

8 groupmeetings

2 public events / cakesalings?