

# Trend: Zweitstudium bei Geisteswissenschaften

(ana) Mit dem Magister-Abschluss in der Tasche war der Start ins Berufsleben für Bianca Baltrusch mühsam: „Ich habe versucht, über Praktika oder Training-on-the-Job-Programme in der Kommunikationsbranche Fuß zu fassen. Doch waren die Angebote schlecht oder gar nicht bezahlt.“ Deshalb wollte sie ihren „Marktwert“ erhöhen: Eine passende Zusatzqualifikation musste her – möglichst praxisnah und schnell. Bei der Düsseldorfer Akademie für Marketing-Kommunikation hat sie den Abschluss zum Marketing-Kommunikationswirt gemacht. Neben dem Job sei das

Abendstudium durchaus eine Belastung gewesen. Aber der Stress habe sich gelohnt. Inzwischen arbeitet die 30-Jährige als Supervisor Communication Planning bei der Agentur DaVinci Selectwork. 2009 wurde sie vom Branchen-Magazin „The Internationalist“ als einer von 19 „Agency Innovators of the Year“ weltweit ausgezeichnet.

In Düsseldorf gibt es verschiedene Privat-Akademien im Kommunikationsbereich, die sich auf die Vermittlung von Praxiswissen spezialisiert haben. Dort sei der Trend zum Zweitstudium vor allem bei jungen Frauen, die einen Abschluss



Bianca **Baltrusch** machte ihren Marketing-Kommunikationswirt. FOTO: PRIVAT

in Geisteswissenschaften haben, zu verbuchen. „Wir bilden Generalisten aus. Die in der Theorie sehr gut ausgebildeten Frauen kommen zu uns, weil wir einen hohen Praxisbezug haben“, erklärt Christine Pütz, Professorin an der Mediadesign Hochschule Düsseldorf, die Studiengänge im Spektrum von Design und Informatik anbietet.

Ähnliches gilt auch für die Modebranche: Speziell auf das Thema Mode und Kommunikation konzentriert sich etwa die Düsseldorfer Akademie „Design Department“. Leiterin Gabriele Orsech: „Bei uns studieren viele Absolventinnen

Modedesign und damit genau das, was sie eigentlich schon immer wollten, es aber oft erst einmal nicht durften.“ Von Geisteswissenschaften, Jura über Medizin sei an der Akademie alles vertreten.

Generell sei in der Mode- und Werbebranche anwendbares Marketing-Know-how gefragt und spezifisch „weibliches Marketing“ auf dem Vormarsch. „Die Werbung ist weiblich“, lautet auch der Schlachtruf von Alina Kessel, Top-Beraterin der Agentur Grey Worldwide – eine der Frauen, die es in der Werbebranche bis ganz nach oben geschafft haben.