

# Oliver Hein-Behrens Dozent für digitale Themen



Vorstellung und Kurzprofil - Hamburg, Juli 2019

# Ausbildung und berufliche Stationen



- 1983-1988: Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität in Frankfurt am Main; Abschluss als Diplom-Kaufmann mit den Studienschwerpunkten Marketing + Organisationslehre (Entscheidungstheorie)
- 1989-1990: Zivildienst bei der Stiftung Pfennigparade, München
- 1991-1993: PR-Etatdirektor in namhaften Agenturen wie Kohtes & Klewes und Wilkens Ayer
- 1994-1999: Digital-Unitleiter in den Agenturen Interactive Marketing Partner (IMP) und Rapp Collins Interactive (RCI)
- Seit 1999: Selbstständig mit ohb -Beratung für Neue Medien und PR - ohb Redaktionsbuero

# Redaktionelle Stationen



- 2004-2009: Chefredakteur [medienhandbuch.de](http://medienhandbuch.de)
- 2006: Herausgeber und Chefredakteur Stadtteilmagazin Ottensener (Print, regulärer Verkauf via Grossist)
- 2010 - 2015: fester freier Redakteur bei PR REPORT (Print/Online)
- 2010 - heute: Mitherausgeber und Chefredakteur [medienmilch.de](http://medienmilch.de)
- 2011 - heute: Mitherausgeber und Chefredakteur [LIKE-Online.de](http://LIKE-Online.de)

# Dozenten-Stationen



- 11/2011 - heute: Dozent für digitale Themenmodule wie Crossmedia, Online-Marketing und Journalismus bei der EMBA Medienakademie Hamburg



# Dozenten-Stationen



- 5/2014 - heute: Dozent für Crossmedia Production und Publishing/Online-Journalismus beim SAE Institute, Hamburg
- 8/2018 - heute: Externer Coach und Dozent für agiles Projektmanagement beim DCI Digital Career Institute, Hamburg
- 4/2019 - heute: Dozent bei der IUHB Internationale Hochschule in Hamburg und Berlin (Projekt- und Qualitätsmanagement)
- 5/2019 - heute: Dozent bei der HMKW Hochschule für Medien, Kommunikation und Wirtschaft, Berlin (Crossmedia-Management)

# Bisherige Module/Themen 1



- Kommunikation im Marketing-Mix
- Crossmedia-Konzeptentwicklung und Projektleitung
- Kampagnenmanagement im crossmedialen Bereich
- Content Produktion in Theorie und Praxis (Text, Bild, Bewegtbild)
- Content Publishing Systeme/Content Syndication
- Native Advertising
- (Online) Public Relations

# Bisherige Module/Themen 2



- Online-Journalismus (Grundformen in Theorie und Praxis, Crossmediale journalistische und kommerzielle Produktion)
- Online-Marketing inkl. Sonderformen wie z.B. Location Based Marketing
- Social Media Strategien und Konzepte
- Digitale Eigenvermarktung/Self-Promotion (Bewerberprozesse)
- (Agiles) Crossmedia-Projektmanagement und Qualitätsmanagement

# Auszug der Praxis-Kooperationspartner



**OTTO**

 **HOCHBAHN**

 **mytaxi**

  
**share  
magazines**  
grenzenlos lesen!



 **Wingu**



# „Dozentenphilosophie“



- Akademischer Edutainment-Ansatz garantiert Aufmerksamkeit und Interesse
- Konsequente Kombination von Theorie und Praxis
- Kontinuierlicher Einsatz von individuellen und teamspezifischen Übungsaufgaben
- Integration von attraktiven Kooperationspartnern bei Bedarf
- Faire unabhängige Projekt- und Klausureninhalte und Bewertungen