

Qualifizierter Nachwuchs für die PR-Branche

Wie gut vorbereitet sind PR-Einsteiger auf ihre künftigen Aufgaben?

Die PR-Branche braucht qualifizierten Nachwuchs. Da der Zugang zum Beruf frei ist und der Aus- und Weiterbildungsweg der deutschen PR ein so vielfältiges Bild abgibt, ist es für den Nachwuchs, aber auch für zukünftige Arbeitgeber schwer, das inhaltlich und qualitativ richtige Angebot zu finden. Eine Standardisierung der Ausbildungsinhalte und Abschlüsse ist seit langem überfällig und in der Branche gewünscht.

Die Public-Relations-Gesellschaft e.V. (DPRG) hat nun ihrerseits eigene Qualitätsstandards definiert. Sie bietet mit ihrer Landesgruppe Bayern ein neues Mentoring-Programm für angehende PR-Profis an.

In der Praxis bedeutet dies, dass ambitionierte Nachwuchskräfte in festen Zweiergespannen von erfahrenen Kollegen unterstützt und beraten werden. Neben dem Wissenstransfer beinhaltet dies in erster Linie die Begleitung bei beruflichen Entscheidungsprozessen, die Einführung in informelle Spielregeln und Strukturen der Branche sowie Unterstützung beim Aufbau eines Netzwerks und bei der persönlichen Entwicklung.

Zusammen mit der Bundesjuniorensprecherin der DPRG e.V. Alexandra Kutschenreuter diskutieren in diesem Roundtable sowohl PR-Newcomer als auch „alte Hasen“ die Situation, um den Nutzern der Competence Site mit wertvollen Tipps einen aktuellen Einblick zu geben.

Vorstellung des Gesprächspartners



Thorsten Lützler, 27 Jahre, Diplom-Sportwissenschaftler/Medien-/Kommunikationswissenschaften

Bayer AG, Leverkusen, weltweit führender Konzern für Pharma, Pflanzenschutz und hochwertige Materialien.

Studium, journalistische Tätigkeit bei WDR, Deutschlandradio etc., abgeschlossenes PR-Volontariat, fast 2-jährige Anstellung im Bereich Public Affairs in London, 1,5 Jahre in der Beratung tätig (komm.passion güttler+klewes). Aktuelle Position: Manager der weltweiten Communications Community der Bayer AG im Bereich Communications Management & Strategy der Konzernholding in Leverkusen. Verbandstätigkeit bei der DPRG (Leiter Arbeitskreis internationale PR, Mitglied im Bundesjuniorensprecherteam), Organisator der düsseldorfer networking night und PubAffairs Berlin.

Sehr geehrter Herr Lützler,

Frage 1: Einstieg in die PR – Zugangs und Qualifikationswege

Wie ist es um den Nachwuchs in der PR-Branche bestellt? Besteht ein Mangel an Fachkräften? Werden die Erwartungen der Agenturen vom Nachwuchs erfüllt?

Thorsten Lützler:

Deutlich zu alte Bewerber mit nicht ausreichend stringenten Lebensläufen. PR scheint oft „die Lösung“ für diejenigen, die nichts anderes wissen oder schaffen. Mangel an Fachkräften besteht in einigen Bereichen, z.B. Investor Relations. Bezug zu BWL und Unternehmertum fehlt noch bei vielen Nachwuchskräften. Diese Lücke gilt es zu füllen. Agenturen erwarten oft viel, geben sich dann aber notgedrungen mit weniger zufrieden. Die Gehaltsstruktur muss dann so gedreht werden, dass am Ende eine für alle Seiten annehmbare Lösung resultiert. Engagierte Nachwuchskräfte gibt es aber nach wie vor.

Frage 2: Kompetenzanforderungen an den Nachwuchs

Welche Qualifikationen muss man für einen PR-Einstieg mitbringen? Was müssen insbesondere Quereinsteiger beachten? Welche Anforderungen werden heutzutage an den Nachwuchs gestellt?

Thorsten Lützler:

Wie schon geschrieben: BWL-Kenntnisse und unternehmerisches Denken/Handeln wird immer relevanter. Man muss sich auch mit Angeboten, Abrechnungen, Bilanzen etc. Auskennen, und darf keine Angst vor Zahlen und komplexen Analysen haben. In vielen Fällen ist es wichtig, Zusammenhänge in Branchen und Märkten zu sehen und bewerten zu können. Hier fehlt vielen jungen Menschen noch die nötige Weitsicht.

Erfahrung im Sinne von Praktika und Eigeninitiative bleibt wichtig. Junge Menschen brauchen aber auch eine gut ausgebildete Persönlichkeit und Selbstvertrauen, um sich als Berater oder in einem Konzern behaupten zu können. Es wird wichtig, pragmatisch zu denken und zu handeln.

Ein vernünftig abgeschlossenes Studium ist Voraussetzung, ohne die heute nicht mehr viel läuft. Ein Volontariat ist nach wie vor von Vorteil für einen Einstieg in höhere Positionen.

Auslandserfahrung kann, muss aber nicht von Vorteil sein. Es gibt noch immer viele Agenturen und Unternehmen, bzw. Organisationen/Verbände, wo dies im Alltag nicht gefordert und gebraucht wird.

Quereinsteiger sollten durch eine fachliche Zusatzausbildung belegen, dass sie es ernst mit der PR als Beruf meinen, und nicht nur ein Auffangbecken suchen, weil sie woanders gescheitert sind. PR wird zunehmend zu einer entscheidenden Funktion und darf nicht mehr von Juristen zweiter Wahl oder gescheiterten Managern praktiziert werden. Dann wird man nicht nur Erfolg haben, dann steigt auch das Ansehen des Berufs.

Frage 3: Ausbildung in Wissenschaft und Praxis

Wie schätzen Sie die Qualität der Ausbildung angehender PR-Profis ein? Welche Ausbildungsangebote gibt es? Wird die Ausbildung den gestellten Anforderungen gerecht? Kann ein einheitlicher Standard die Qualität der PR-Ausbildung sichern?

Thorsten Lützler:

Die Anforderungen an die PR sind sehr unterschiedlich, von Standards ist also nicht immer viel zu erwarten. Allerdings macht es m.E. durchaus Sinn, gewisse Basics zur Pflicht zu erklären. Darüber hinausgehende Spezialisierungen wie Investor Relations oder Issue Management können dann in gesonderten Kurseinheiten gelernt werden. Das größere werdende Angebot an Unikursen ist ein gutes Zeichen, und Deutschland folgt damit einem Trend, der in angelsächsischen Ländern schon lange vorgezeichnet wurde. Eine größere Schar an Absolventen derartiger Kurse macht es für Agenturen und Unternehmen leichter, wirklich gute Talente zu finden. Die jungen PR-Profis sind auch schneller einsetzbar, weil man ihnen nicht erst noch zeigen und erklären muss, was PR ist (dies war bisher oft der Fall, wenn man Absolventen von Jura, Sozialwissenschaften oder Germanistik in eine PR-Agentur holte). Am Ende sparen die Young Professionals also Zeit, indem sie schneller die praktische Arbeit kennen lernen, und Verantwortung übernehmen können.

Ausbildungskurse gibt es inzwischen mehrere, Infos unter www.dprg.de

Generell muss man sich darüber im Klaren sein, dass es gewisse Limitierungen gibt, was die Ausbildung angeht. Ein reiner Media-Relations-Kurs wird kaum eine Grundlage bieten, einen strategisch denkenden PR-Manager zu formen. Diese Fähigkeit muss man sich dann woanders holen, bzw. „on the job“ herausbilden.

Gleichzeitig mag es schwierig sein, für einen Absolventen eines eher theoretisch angehauchten Kurses, Beurteilungen über die Qualität und öffentliche Akzeptanz einer Pressemitteilung oder einer Rede vor Journalisten zu beurteilen.

Diesen Spagat muss man in der Praxis aber oft leisten – da helfen dann auch keine Kurse und Bücher weiter.

Frage 4: Mehrwert eines Berufsverbandes

Inwieweit können Berufsverbände beim Einstieg in die PR hilfreich sein? Helfen sie, den eigenen Wert auf dem Arbeitsmarkt zu steigern und den Nachwuchs auf seine anspruchsvollen Aufgaben vorzubereiten? Welche Erfahrungen haben Sie gemacht?

Thorsten Lützler:

Berufsverbände bieten die Möglichkeit, sich selbst aktiv mit Informationen und Erfahrungen zu versorgen. Sie öffnen Türen zu erfahrenen Beratern und Pressesprechern, die man auf Veranstaltungen oder unter vier Augen treffen kann. Hier lassen sich viele Hinweise und Ratschläge aufschnappen, die einem das Leben im „PR-Dschungel“ leichter machen.

Sicherlich ist hierin auch eine gewisse Vorbereitung zu sehen. Wenn man sich schon während des Studiums im Verband engagiert und auf gestandene Experten, oder auch nur auf andere Young Professionals mit wenigen Jahren Erfahrung trifft, dann bildet sich aus diesen Kontakten eine gewisse Realität der Dinge, die einen später beim Berufseinstieg erwarten. Schlecht kann das nicht sein. Ob man in einem Verband nun Kontakte für spätere Jobs knüpfen möchte sei jedem selbst überlassen. In der Regel funktioniert das Networking aber besser und reibungsloser, wenn man sich nicht zu offensichtlich aufdrängt.

Gut überlegen muss man sich auch, wem man sich anschließt. In jedem offenen System gibt es Treiber und sich-treiben-Lasser. Versuchen Sie, die Erstgenannten zu finden.

Und noch etwas: Ein Verband ist nur so lange gut, wie man sich selbst aktiv einbringt. Zu Hause sitzen und warten, bis der nächste Jahresbeitrag fällig wird, hat noch keinem etwas gebracht. Nutzen Sie die Chance, selbst in einer Arbeits- oder Regionalgruppe aktiv zu werden, schließen Sie sich den Junioren an, zeigen Sie, was in Ihnen steckt.

Frage 5: Mentoring-Programm der DPRG

Wie bewerten Sie das Mentoring Programm der DPRG?

Thorsten Lützler:

Eine gute Sache, sollte sich bewähren und bundesweit Nachahmer finden.

Ich wäre dabei.

Frage 6: Karriereaussichten

Welche Karriereaussichten stehen dem Nachwuchs zur Verfügung? Hat die Ausbildung einen entscheidenden Einfluss auf die Bewerberauswahl?

Thorsten Lützler:

In Abhängigkeit der Personalabteilung kann es von Vorteil sein, wenn man sich aktiv in einem Verband betätigt. Ein Nachteil entsteht daraus meiner Meinung nach nicht. Was Studienfächer betrifft, so glaube ich, dass es heute noch immer so ist, dass man als Einsteiger in kleinen Agenturen Chancen hat, egal wo man sein Diplom oder Magister erworben hat. Hat man erst einmal bewiesen, dass man auch jenseits von Hörsaal und Seminararbeit gute Leistungen in PR-relevanten Bereichen gebracht hat, wird man auch für große Agenturen und Unternehmen interessant.

Absolventen spezieller PR-Studiengänge haben in den kommenden Jahren Zeit, zu beweisen, dass sie die bessere Wahl sind – die Zukunft wird zeigen, wohin die Personalentscheidungen tendieren.

Die Bedeutung von Kommunikation bleibt wichtig, derzeit stellen Agenturen und Unternehmen durchaus vermehrt Nachwuchskräfte ein, es entstehen interessante Projekte, Chancen und Perspektiven für engagierte Macher und strategische Denker. Ich denke, dass das Berufsfeld PR für alle diese Typen von jungen Menschen passende Nischen bietet – und von daher schon eine sehr interessante und spannende Branche bleibt.

Vielen Dank für die Teilnahme am Virtual Roundtable!