

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



Stefan Wichmann, Geschäftsführender Gesellschafter

- Journalist
- Korrespondent „WirtschaftsWoche“
- Pressesprecher Deutsche Telekom
- Leiter Unternehmenskommunikation T-Mobile

Wichmann Communications wurde im Jahr 2000 gegründet und versteht sich als Full Service Agentur. Wir integrieren alle Kanäle über das gesamte Kommunikationsspektrum: Public Relations (Products & Corporate), Political Affairs, Interne Kommunikation, Events, Sponsoring, Finanz-Kommunikation. X-Ray (Medienanalyse) ist ein gemeinsames Tochterunternehmen mit der Scholz & Friends Group. Zu unseren Kunden zählen unter anderem Vodafone, Siemens, Deutscher Investor Relations Kreis, Verein Deutscher Ingenieure und Gesamtverband der Versicherungswirtschaft.

Sehr geehrter Herr Wichmann,

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?

Stefan Wichmann:

Nachwuchs gibt es genug. Was fehlt, ist GUTER Nachwuchs.

Nicht erwarten darf man Erfahrung. Die vermittelt kein Studium und auch keine Fortbildung. Erfahrung kommt erst durch das Erfahren im Berufsalltag. Und dazu braucht es Zeit und herausfordernde Projekte, an denen man sich üben kann.

Aber selbst das grundlegende Rüstzeug ist viel zu oft nicht vorhanden. Das fängt schon bei der Schreibe an. Eine lebendige schriftliche Ausdrucksweise, strukturiert, präzise und auf den Punkt gebracht ist leider die Ausnahme. Fast jeder PR-Job hat aber nun einmal etwas mit Texten zu tun. Und: Was Nachwuchskräfte oft unterschätzen, ist die Bedeutung, die das Präsentieren – und damit die Beherrschung von Powerpoint – heutzutage in der PR hat. Das sind ganz praktische Dinge. Und last but not least erwartet ein Kunde Begeisterung, Begeisterung für sein Unternehmen und seine Produkte.

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?

Stefan Wichmann:

Stilsicheres und korrektes Deutsch in Wort und Schrift sind absolut unverzichtbar, und zwar ohne Einschränkung. PR hat meist was mit Presse im weitesten Sinn des Wortes als Multiplikator zur tun. Deshalb ist journalistische Praxis immer dann mehr als nur nützlich, wenn der Ehrgeiz über das Organisieren von Events hinaus geht. Und selbst da: Wer nicht weiß, wie Journalisten „ticken“, läuft Gefahr, eine Pressekonferenz an der Zielgruppe vorbei zu gestalten.

Außerdem sollte Know-how und Affinität zu den benachbarten Disziplinen (der Kommunikation) wie klassische Werbung, Sponsoring, Marketing und Vertrieb vorhanden sein. Denn die früheren Trennlinien zwischen diesen Aufgaben verwischen zusehends. Umgekehrt lassen sich durch die geschickte Vernetzung der verschiedenen Instrumente im Kommunikationsmix erhebliche Synergiepotenziale nutzen – zugunsten des Kunden. Advertorials, Sonderwerbformen, Medienkooperationen – all diese Phänomene sind Ausprägung der selben Philosophie: Die Mischung macht´s. Gerade hier schlummern große Chancen für Quereinsteiger.

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?

Stefan Wichmann:

Leider ist der Ausbildungsstand heute nicht befriedigend. Nur selten sind Kandidaten selbst mit sehr gut benoteten theoretischen Examina wirklich praxistauglich. Zu grobschlächtig sind die vermittelten Wissensbausteine. Die erforderlichen Lösungen in Unternehmen und die von den Agenturen zu liefernden Ergebnisse sind viel filigraner und individueller. Vermutlich wäre aber jede Art der Ausbildung von vornherein zum Scheitern verurteilt, wollte sie die Komplexität unserer Wirtschaft und Gesellschaft abbilden. Das bleibt die Aufgabe der Praxis. Insofern bin ich ein großer Fan des Konzeptes „Training on the Job“. Hinzu kommt ein weiteres im Alltag sehr relevantes Erfolgskriterium: Kreativität. Neben handwerklichem Können sind neue Wege in der Kommunikation heutzutage oft die einzige erfolgreiche Strategie, um sich im hitzigen Wettbewerb um die Aufmerksamkeit der Rezipienten/Konsumenten durchzusetzen. Und hier liegt der Hase im Pfeffer: Angesichts der enormen Ideen-Dynamik muss die Ausbildung der Realität zwangsläufig hinterherhinken. Immerhin: Ein einheitlicher (möglichst hoher) Qualitätsstandard sichert wenigstens die Transparenz des Arbeitsmarktes und beugt Frusterlebnissen vor, bei Arbeitgebern wie bei den Berufseinsteigern.

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?

Stefan Wichmann:

Persönliche Erfahrungen habe ich bis heute keine gemacht. Aber sicher ist, dass Berufsverbände in den letzten Jahren bereits viel Positives bewirkt haben. Die Selbstreflexion der Branche hat überhaupt erst zu einer intensiven Diskussion darüber geführt, was der Kommunikationsmarkt eigentlich braucht. Als komplementäres Moment sind die Angebote der Berufsverbände gut, wichtig und nötig.

Frage 5: Mentoring-Programm der DPRG

Wie bewerten Sie das Mentoring Programm der DPRG?

Stefan Wichmann:

Hervorragend! Genau die richtige Richtung! Das „Buddy“-Prinzip ist das effizienteste Bildungs-Konzept überhaupt, zumindest wenn es um all die wichtigen Dinge geht, die sich nur begrenzt aus Büchern oder Seminaren extrahieren lassen. Und das sind manchmal die wirklich entscheidenden Dinge für gute Arbeit und Karriere: Nonverbale Kommunikation, soziale Kompetenz, Moderationsfähigkeiten, Umgangsformen, Präsentationsfähigkeit

Eine nicht zu unterschätzende Eigenschaft liegt aber leider weitgehend außerhalb unseres Einflussbereiches: die Ausstrahlung.

Frage 6: Karriereaussichten

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

Stefan Wichmann:

Fangen wir hinten an: Nein, die Ausbildung hat für mich keinen entscheidenden Einfluss. Sie gibt erste Hinweise. Entscheiden aber sind positive Antworten auf die folgenden Fragen:

- Spüre ich brennenden Ehrgeiz?
- Ist der Bewerber lernwillig?
- Beherrscht er die deutsche Rechtschreibung und Interpunktion?
- Kann er (oder sie) journalistisch schreiben?
- Ist die Ausstrahlung sympathisch?

Die Karrierechancen sind hervorragend – zumindest für diejenigen, die wirklich mehr aus sich machen wollen und daran auch selbst arbeiten. Mein Tipp: sich selbst unaufgefordert weiterbilden, interdisziplinär. Lesen, lesen, lesen, lernen, lernen, lernen. Und dann den Chef bitten, konkrete Projekte anvertraut zu bekommen. Die Krönung dann: Wer Karriere ernst nimmt, muss irgendwann einmal auch Menschen führen. Das kann man intuitiv tun – oder sich auch hier proaktiv das theoretische Wissen aneignen.

Vielen Dank für die Teilnahme am Virtual Roundtable!