

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



Ursula Diel, Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Produkte, Branchen, Services IBM Deutschland GmbH, Stuttgart

Ursula Diel ist Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Produkte, Branchen-, Mittelstandslösungen und Services bei der IBM Deutschland GmbH in Stuttgart. In dieser Funktion ist sie verantwortlich für die Themen rund um neue Technologien, die Kunden geschäftlichen Nutzen bringen, bzw. individuelle Lösungen für die Optimierung von Geschäftsprozessen. Zuvor leitete sie das Team der Wirtschaftspresse und danach das Media Relations Team Services und Solutions. Nach dem Einstieg bei IBM 1995 im Bereich Vertriebsunterstützung sammelte Ursula Diel einschlägige Erfahrungen im PR-Bereich als Pressereferentin für verschiedene Geschäftsbereiche. In der nächsten Station ihrer Karriere war sie als EMEA Communications Manager Strategic Alliances für Media und Analyst Relations, Interne Kommunikation sowie für die Executive Kommunikation rund um die Zusammenarbeit mit strategischen Partnern verantwortlich.

**Virtual Roundtable:
Qualifizierter Nachwuchs für
die PR-Branche**



IBM ist mit einem Umsatz von 96,5 Milliarden US-Dollar im Jahr 2004 der weltweit größte Anbieter im Bereich Informationstechnologie (Hardware, Software und Services) und weltweit führend in On Demand Business Lösungen. Das Unternehmen beschäftigt weltweit rund 319.000 Mitarbeiter und ist in über 170 Ländern aktiv. Die IBM Deutschland GmbH beschäftigt derzeit etwa 22.000 Mitarbeiter an rund 40 Standorten und ist damit die größte Ländergesellschaft in Europa.

Ihren Sitz hat die IBM Deutschland GmbH in Stuttgart-Vaihingen. Seit September 2004 ist Johann Weihen Vorsitzender der Geschäftsführung der IBM Deutschland GmbH. In Deutschland umfassen die Aktivitäten der IBM Vertrieb und Dienstleistungen, sowie zahlreiche Entwicklungsaufgaben im Rahmen der weltweiten konzerninternen Arbeitsteilung. Mit rund 1.700 Mitarbeitern - Informatiker, Ingenieure, Techniker - ist die IBM Deutschland Entwicklung GmbH mit Sitz in Böblingen das größte Entwicklungszentrum außerhalb der USA mit globaler Entwicklungskompetenz.

IBM ist heute das einzige Unternehmen in der IT-Branche, das seinen Kunden die komplette Produktpalette an fortschrittlicher Informationstechnologie anbietet: Von der Hardware, Software über Dienstleistungen und komplexen Anwendungslösungen bis hin zu Outsourcingprojekten und Weiterbildungsangeboten.

Sehr geehrte Frau Diel,

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?

Ursula Diel:

Als eines der wenigen Unternehmen bietet IBM ein Volontariat zum PR Referenten an. Damit sind die angehenden PR Referenten optimal auf den späteren Berufseinstieg vorbereitet. Wir erhalten zahlreiche Bewerbungen auf unsere Volontariatsangebote von sehr gut qualifizierten Bewerberinnen und Bewerbern. Praxiserfahrungen und Branchenkenntnisse fallen dabei stark ins Gewicht.

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?

Ursula Diel:

Nachwuchskräfte sollten die nötigen Theoriekenntnisse aber auch erste Praxiserfahrungen mitbringen. Denn PR ist ein schnelles Geschäft, und man kann sich immer weniger lange Einarbeitungsfristen leisten. Ein abgeschlossenes Volontariat oder einschlägige Praxiserfahrungen sind ein Muß. Insbesondere Quereinsteiger sollten sich gut überlegen, warum sie sich gerade für PR in einer bestimmten Branche interessieren und was sie an Kenntnissen mitbringen, von denen das einstellende Unternehmen profitiert. Wer sich beispielsweise bei uns bewirbt, und weder die nötigen Vorkenntnisse hat noch glaubwürdig rüberbringt, warum er sich gerade für die IT-Branche bewirbt, der riskiert, dass man ihm nicht wirklich abnimmt, dass er motiviert ist für diesen Job.

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?

Ursula Diel:

Die Qualität der Ausbildung angehender PR-Profis schätze ich recht hoch ein. Es gibt einige gute Ausbildungsangebote. Wir sind aber auch bereit, selbst in die Tasche zu greifen und bieten Volontariate an, bei denen wir neben dem „Training on the job“ auch externe Anbieter nutzen, um unseren Volontären eine optimale Ausbildung zusätzlich zu ihrem Hochschulstudium zu ermöglichen. Ein einheitlicher Standard ist als Basis sicher für die Qualität der PR-Ausbildung sinnvoll. Wichtig scheint mir jedoch auch die Offenheit bei der Ausbildung zu sein – und Qualität ist natürlich wichtig.

Auch ist die Praxiserfahrung nicht zu unterschätzen. Insbesondere wenn jemand weniger Theoriekenntnisse als die Mitbewerber mitbringt, sich aber beispielsweise bei zahlreichen Praktika und Nebentätigkeiten in Redaktionen und/oder Agenturen bzw. Pressestellen anderer Firmen weitergebildet hat, ist er möglicherweise trotzdem attraktiv für uns – vor allem wenn eine gewisse Branchenaffinität und ein roter Faden bezüglich der weiteren Perspektive erkennbar wird. Schließlich investieren wir in gewisser Weise in neue Leute, und da möchte man ungern, dass derjenige dann bald feststellt, dass ihn beispielsweise IT nicht wirklich fesselt und dann vorzeitig wieder geht.

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?

Keine Antwort:

Frage 5: Mentoring-Programm der DPRG

Wie bewerten Sie das Mentoring Programm der DPRG?

Keine Antwort:

Frage 6: Karriereaussichten

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

Ursula Diel:

Die Ausbildung hat neben der Praxiserfahrung selbstverständlich einen ganz entscheidenden Einfluss auf die Bewerberauswahl. Die Karriereaussichten hängen aber – und alles andere zu behaupten wäre unseriös - auch schlicht davon ab, ob eingestellt werden kann. Dies ist nicht mehr so selbstverständlich möglich wie noch in früheren Zeiten als der Markt einfacher war – auch für richtig gut ausgebildete Leute. Needless to say, andere haben in der heutigen Zeit sehr schlechte Karten. Nur die Besten haben eine Chance, oder eben die, die sich in der Praxis bewährt haben - sei es durch Praktika oder Werkstudentenverträge, etc. Denn wenn jemand erstmal gezeigt hat, dass er ins Team passt und etwas kann und sich auch nicht zu schade ist für Routinetätigkeiten, dann erhöht das die Einstellungschancen zu einem späteren Zeitpunkt ganz enorm.

Vielen Dank für die Teilnahme am Virtual Roundtable!