

QUALIFIZIERUNG FÜR DEN PR-BERUF

# Verloren im Meer

Für eine Karriere in der Branche brauche es keinen PR-spezifischen Hochschulabschluss, meinen viele Praktiker. Auch über den Bedarf an berufsbegleitender Fortbildung gehen die Ansichten auseinander. Es sei denn, es geht um Social Media. **Von Andrea Munz**

Für seine Abschlussarbeit hat Oliver Brandt Nächte am Rechner verbracht und einen Teil seines Jahresurlaubs geopfert. Das war vor fünf Jahren, nach einem 15-monatigen Fernstudium zum PR-Manager bei Com Plus. „Ich bin aus einer Online-Redaktion in die PR-Abteilung eines Unternehmens gewechselt und wollte mich für diese neue berufliche Aufgabe weiterbilden“, erzählt Brandt. Ob sich die Mühe gelohnt hat und er jetzt mehr verdient? „Eindeutig ja“, sagt er. Das Studium habe ihm beim Aufstieg im Unternehmen geholfen und neue berufliche Perspektiven eröffnet. Heute ist Brandt als Pressesprecher der Umweltbank AG verantwortlich für die Kommunikation des Instituts.

Oliver Brandt wählte aus einem Meer von Anbietern: Gibt man in die Datenbank Kursnet der Bundesagentur für Arbeit das Stichwort „Public Relations“ ein, werden mehr als tausend Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen aufgelistet. Feste Ausbildungswege oder die einzig wahre und richtige Fortbildung gibt es nicht. Fernkurs oder Präsenzveranstaltung, berufsbegleitend oder Vollzeit. Kompaktkurs oder mehrmonatige Weiterbildung: Die Möglichkeiten lassen sich kaum überblicken. Oliver Brandt entschied sich für das Com-Plus-Angebot wegen „des Renommées und der Bekanntheit der Gesellschafter bzw. Dozenten, der Anerkennung des Abschlusses durch die DPRG und der

relativ geringen Entfernung zum Wohnort“.

Nicht alle Studiengänge und Seminare sind für jeden geeignet. Schon die Bezeichnungen verwirren: Die Bildungseinrichtungen offerieren zum Beispiel Grundseminare für „Nachwuchskräfte und Einsteiger in den PR-Beruf“ (DIPR), „Masterstudiengänge für Führungskräfte“ (PR Plus) oder, ganz weit gefasst, Lehrgänge für „PR-Verantwortliche, welche die Funktion neu übernehmen, PR-Nachwuchskräfte, Mitarbeiter, die im Bereich Unternehmenskommunikation Verantwortung tragen, Quereinsteiger/innen in die Kommunikationsbranche und Personen, die sich eine Existenz aufbauen möchten“ (BBC Business Bildungs Center). Interessenten oder deren Vorgesetzte sind gut beraten, sich die Konzepte genau anzuschauen.

## Viele Quereinsteiger – Tendenz sinkend

Andernfalls droht Kraft- und Geldverschwendung. Die Kosten für ein Studium liegen teilweise im vierstelligen Bereich pro Semester. Stimmen die Inhalte nicht, bleibt nicht viel mehr als ein Dokument für den Lebenslauf. Und der kommt offenbar noch immer in vielen Fällen ohne solide PR-Ausbildung aus.

So basieren zahlreiche PR-Karrieren auf „fremden“ Studienabschlüssen ohne formale PR-Qualifikationsnachweise. Das unterstreichen die Ergeb-



Oliver Brandt, Umweltbank



Carsten Kolbe-Weber, PZOK



Dominik Thesing, Scholz & Friends Agenda

Foto: Scholz & Friends Agenda

nisse der Studie „Profession Pressesprecher“, in deren Rahmen 2009 Pressesprecher und Kommunikationsmanager befragt wurden. Nur etwas über die Hälfte der Studienteilnehmer hielt eine spezifische PR-Ausbildung für sinnvoll und hatte beispielsweise eine Weiterbildung, ein PR-Volontariat oder -Studium absolviert. Ob als Geisteswissenschaftler, Mediziner, Naturwissenschaftler, Sinologe, Jurist oder Diplom-Kaufmann: PR-Kompetenz wird oft noch rein praktisch erworben. Nach wie vor tummeln sich auch ehemalige Journalisten in der Branche.

Doch das Quereinsteigertum nimmt ab. Von „Professionalisierung“ und „Akademisierung“ ist die Rede. Diese Tendenz spiegelt sich in der Etablierung PR-spezifischer Bachelor- und Masterabschlüsse und den vielfältigen Möglichkeiten, PR-Schwerpunkte in kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen zu setzen.

Auf eine lange Tradition in der universitären PR-Ausbildung blickt das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig zurück: 1993 wurde der deutschland- und europaweit erste Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations eingerichtet. Studierende der Kommunikations- und Medienwissenschaft konnten von 1994 an den Schwerpunkt Public Relations im Zuge des Magisterstudiums belegen. Etwa 300 Absolventen des Magisterschwerpunkts Öffentlichkeitsarbeit/Public Relations sowie des ehemaligen Bachelor-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement sind heute in der Branche tätig. Mit der Umstellung auf das europaweit einheitliche Bachelor-/Master-System wurden die beiden Studienpfade geschlossen und durch den Master Communication Management ersetzt.

### „Volkswirt ist auch okay ...“

Doch die Akademisierung hat in der Praxis nicht nur Fans. Dominik Thesing, Geschäftsführer Scholz & Friends Agenda, bezweifelt, dass weitere Studiengänge im Markt viel Erfolg hätten. „Gerade die PR-Branche lebt davon, dass eine besondere inhaltliche Kompetenz mit Medienerfahrung zusammentrifft“, sagt er. „Der Volkswirt mit redaktioneller Erfahrung ist für einen Kunden aus der Finanzindustrie gerade deshalb ein guter Berater, weil er inhaltlich auf Augenhöhe mit ihm und den jeweiligen kommunikativen Herausforderungen umgehen kann.“

Die kritische Haltung des Agenturchefs zu reinen PR-Studiengängen erklärt sich mit Blick auf seine Vita. Thesing studierte Volkswirtschaftslehre, Politikwissenschaften, Geschichte und Romanistik

und arbeitete in dieser Zeit unter anderem als wissenschaftlicher und freier Mitarbeiter für die Universität zu Köln, den Bonner Generalanzeiger und die Konrad-Adenauer-Stiftung. Er sagt: „Häufig erarbeiten sich Mitarbeiter auf ihren Kunden hin ganz besondere Kompetenzen, die sie in der Praxis zielgerichtet

weiterentwickeln.“ Formale Nachweise schaden nie, so Thesing. „allerdings schauen wir uns diese genau an, denn: Nicht jede Fortbildung entspricht den Anforderungen der PR-Praxis.“

Die Forderung nach verlässlichen und überprüfbaren Qualitätskriterien ist so alt wie der Markt >

„Formale Nachweise schaden nie, aber nicht jede Fortbildung entspricht den Praxis-Anforderungen.“ Dominik Thesing, S&F Agenda

### Drei Fragen an ...



Ulrich Schuhmann,  
Geschäftsführender  
Gesellschafter Schuhmann  
Personalberatung

#### Wie wichtig sind Ihnen PR-Fortbildungszertifikate von Bewerbern?

Wenn Sie mit „Zertifikaten“ nicht nur die Schriftstücke, sondern die Fortbildung an sich meinen, wird im Auswahlprozess schon darauf geachtet, wer sich wie intensiv zu welchem Thema weitergebildet hat. Die Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen, vor allem wenn sie auf Eigeninitiative stattfand, signalisiert dem Personalentscheider, dass der eine Kandidat vielleicht zielstrebig oder engagierter ist als ein anderer. Hat dieser bei einer Vielzahl an Bewerbern die Qual der Wahl, entscheiden oft Kleinigkeiten, um in die engere Auswahl zu kommen. Man erhöht dadurch auch die Wahrscheinlichkeit, mindestens zum Vorstellungsgespräch eingeladen zu werden, wenn es um den „Traumjob“ geht. Vor allem natürlich, wenn die Fortbildungen auf die geforderten Qualifikationen einzahlen.

Beobachten Sie, dass Mitarbeiter

mit speziellen PR-Fortbildungen erfolgreicher sind als Kollegen, die PR-Erfahrungen „nur“ praktisch gesammelt haben?

Wie im Fußball gilt auch im PR-Job: Am Ende ist entscheidend, was auf dem Platz, also im beruflichen Alltag, passiert. Man muss in der Lage sein, die zusätzlichen PS, die man sich in einer Fortbildung erworben hat, „auf die Straße“ zu bringen. Nur das alleine entscheidet. Der Nachweis, dass der gute Job, den jemand macht, auf die Fortbildung zurückzuführen ist, dürfte nahezu unmöglich sein. Es gibt durchaus Naturtalente, die, ohne ein Seminar besucht zu haben, Dinge intuitiv richtig machen. Oder sich autodidaktisch fortbilden.

Welche Merkmale helfen Ihnen, sich im Dschungel der unzähligen PR-Zertifikate und -Abschlüsse zu orientieren?

Das ist in der Tat eine schwierige Frage und für uns eine diffizile Aufgabe. Einen kompletten Überblick über alle aktuellen Angebote zu behalten ist schlichtweg nicht möglich. Wir orientieren uns zunächst einmal an den bekannten, namhaften Abschlüssen. Im Zweifelsfall fragen wir bei Bewerbern nach, welche Inhalte konkret vermittelt wurden.



Iris Zimmermann, PR Plus



Harald Zulauf, Media Consulta

▷ für PR-Aus- und Fortbildung selbst. Orientierung wollen Prüfungsinstanzen wie PZOK, ZAK oder AKOMM bieten. An ihrer Bekanntheit müssen sie noch feilen. „Die Zertifizierung der PR-Ausbildung ist grundsätzlich zu befürworten. Sie ist allerdings nur im Kreis von PR-Fachleuten bekannt, nicht aber bei Personalentscheidern der Industrie“, konstatiert Ulrich Schuhmann, Geschäftsführender Gesellschafter der auf Öffent-

lichkeitsarbeit, Investor Relations und Marketing spezialisierten Schuhmann Personalberatung. Ein einheitlicher Prüfungsstandard fehlt bislang.

Die Vielfalt demonstriert die Dynamik der Branche, erschwert aber den Interessenten die Auswahl. Sie sollten sich keinesfalls auf Broschüren oder ausschließlich auf Zertifizierungen verlassen. „Es handelt sich um eine individuelle Entscheidung, die unbedingt der Betrachtung der einzelnen Angebote bedarf“, erklärt Carsten Kolbe-Weber, Leiter Prüfung/Zertifizierung/PR der PZOK. Empfehlenswert sei es, sich bestimmte Kernfragen zu stellen. Etwa ob das Angebot die eigenen Ansprüche abdeckt und der Anbieter einen guten Namen hat. Wird er empfohlen? Sind Informationen im Vorfeld schnell und die Beratung umfassend, persönlich und gut? Nicht unerheblich ist es auch, ob man sich in den Lehrräumen wohlfühlt und ob die Ausstattung für die Kursziele geeignet ist.

Inhalt, Umfang und Abschluss sollten zu den persönlichen Zielen passen, Preis, Kursbeginn und Ort akzeptabel sein. Darüber hinaus spielt der Lerntyp eine Rolle. Passt der Anteil von Präsenzphasen, E-Learning oder Hausarbeiten? Berücksichtigt

## Vom Auffrischkurs bis zum Masterabschluss: (Weiter-)Bildungsangebote für PR – eine Auswahl

**Akademie für Publizistik Hamburg**  
1- bis 4-tägige Seminare, Inhouse-Seminare  
[www.akademie-fuer-publizistik.de](http://www.akademie-fuer-publizistik.de)

**BBC – Business Bildungs Center**  
berufsbegleitender 20-tägiger Lehrgang  
[www.bbc-essen.de](http://www.bbc-essen.de)

**com+ plus – Akademie für Kommunikationsmanagement**  
Fernstudium, Seminare und Workshops  
[www.complus-muenster.de](http://www.complus-muenster.de)

**DAPR Deutsche Akademie für Public Relations GmbH**  
Grundseminar (4 Module à 3 Tage)  
[www.dapr.de](http://www.dapr.de)

**depak-Preseakademie GmbH**  
Fern-, Abend-, Kompakt- und Fachstudium, Seminare, Inhouse-Seminare, E-Learning, Tagungen.  
[www.depak.de](http://www.depak.de)

**Deutsches Institut für Public Relations e. V. (DIPR)**  
8-tägige Grundseminare, 2-tägige Fachseminare, Inhouse-Trainings  
[www.dipr.de](http://www.dipr.de)

**Fachhochschule des Mittelstands (FHM)**  
Berufsbegleitendes 5-trimestriges Studium  
[www.fhm-mittelstand.de](http://www.fhm-mittelstand.de)

**Fachhochschule Gelsenkirchen**  
6-semesteriges Studium Journalismus und Public Relations  
[www.fh-gelsenkirchen.eu](http://www.fh-gelsenkirchen.eu)

**Hochschule Hannover**  
6-semesteriges Studium Public Relations  
[www.fh-hannover.de](http://www.fh-hannover.de)

**Hochschule Pforzheim**  
Studienbegleitend in zwei aufeinanderfolgenden Semestern, aber auch für externe Teilnehmer. [www.hs-pforzheim.de](http://www.hs-pforzheim.de)

**MHMK Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation**  
7-semesteriges Studium PR und Kommunikationsmanagement  
[www.macromedia-fachhochschule.de](http://www.macromedia-fachhochschule.de)

**Oeffentlichkeitsarbeit.de**  
1- bis 4-tägige Seminare, Inhouse-Seminare, 14-tägige und 12-monatige Ausbildungskurse. [www.oeffentlichkeitsarbeit.de](http://www.oeffentlichkeitsarbeit.de)

**PR Plus GmbH**  
Fernstudium, Master-Lehrgänge, E-Learning  
[www.prplus.de](http://www.prplus.de)

**Universität Leipzig**  
4-semesteriges Studium Master Communication Management. [www.uni-leipzig.de](http://www.uni-leipzig.de)

Ausführliche Liste mit mehr Anbietern, Orten und Abschlüssen der Programme unter <http://bit.ly/z4QQ8o>



werden sollte weiterhin, wo der Schwerpunkt der Fortbildungseinrichtung liegt. Iris Zimmermann, Lehrgangsleiterin des PR-Plus-Fernstudiums, nennt vier Aspekte, die im Auswahlprozess ihres Erachtens am wichtigsten sind: „Die gegenseitigen Erwartungen, das Profil des Interessenten im Hinblick auf Bildung und Berufserfahrung, die Persönlichkeit und die gegenwärtige Lebenssituation.“

### Social-Media-Weiterbildung boomt

Überdurchschnittlich gefragt sind momentan Weiterbildungen im Bereich Social Media. Das belegt die Umfrage „Aus- und Weiterbildung in der PR“ von News Aktuell und Faktenkontor. Mehr als zwei Drittel der Agenturinhaber, Pressesprecher und PR-Fachleute sehen ihren größten fachlichen Nachholbedarf bei den Themen Online-PR und Social Media. Die wichtigste Herausforderung auf dem Gebiet Social Media ist für die meisten, trotz ständiger Veränderungen im Social Web auf dem Laufenden zu bleiben. Fast die Hälfte der Befragten ist dieser Ansicht. An zweiter Stelle steht die Aufgabe, den Erfolg von Social-Media-Aktivitäten überzeugend nachzuweisen. ▶

### Fünf Agenturen, fünf Konzepte für interne Qualifizierung

#### Edelman University

Die Edelman-Weiterbildung ist in das internationale Edelman-University-Angebot integriert. Es gliedert sich in drei Säulen: Live-Fortbildungen, Online-Fortbildungen und die jährliche Leadership Academy – eine Campus-Fortbildung, die in der Regel in den USA stattfindet.

#### Scholz & Friends Academy

Im Rahmen der Scholz & Friends Academy schulen interne und externe Experten die Mitarbeiter in Vorträgen, Workshops und speziellen Trainings und geben ihr Wissen zu Fachthemen sowie aktuellen Trends in der Medien- und Werbewelt weiter.

#### MC Academy

Media Consulta setzt auf ein paneuropäisch ausgerichtetes Fort- und Weiterbildungsprogramm. Pro Jahr finden nach Angaben der Agentur mehr als

50 Veranstaltungen statt, deren Themen und Inhalte aus der täglichen Arbeit abgeleitet werden. Insgesamt sieben Module decken die Bereiche und Anforderungen der integrierten Kommunikation ab.

#### Hill & Knowlton Campus

Hill & Knowlton Campus ist ein Standort von Hill & Knowlton – in Form einer Studierenden-Agentur auf dem Gelände der Fachhochschule Gelsenkirchen. Die Berater der Agentur sind Studierende. Das Studium vermittelt die Theorie. Hill & Knowlton steht in der Praxis als erfahrener strategischer Partner zur Seite.

#### R & L Academy

Das Weiterbildungsprogramm der Agentur Roth & Lorenz ist wie eine Vorlesungsreihe angelegt. Berater und Seniors vermitteln den Trainees darin gezielt Spezialwissen.

# 100

MITARBEITER

# 5

STANDORTE

# 1

LEIDENSCHAFT\*

**ergo**   
Kommunikation

\* Seit 20 Jahren bietet ergo Kommunikation seinen Kunden aus dem In- und Ausland gute Kommunikation mit Sinn und Verstand. Sie wollen mehr erfahren? [www.ergo-komm.de](http://www.ergo-komm.de)