

Master International Communication (MIC)

Erfahrungsbericht für das IfKW München / Lehrbereich Prof.Fröhlich
Isabella Bayer (M.A. - Abschluss 2011)

Master International Communication (MIC) - eine britisch - italienische Allianz

Angefangen hat alles im September 2011 - ich hatte gerade meine Magisterarbeit in meinem Hauptfach Neuere Deutscher Literatur abgeschlossen, jetzt standen noch die Magisterprüfungen aus und dann... - ja was dann?

Durch studienbegleitende Praktika und Werkstudentenjobs hatte ich bereits einschlägige Erfahrungen in den Bereichen Journalismus und PR gesammelt, unter anderem beim Ausbildungsradio M94,5, der Süddeutschen Zeitung und in der Projekt-PR Abteilung der Messe München GmbH.

Das Interesse an einer beruflichen Orientierung in den Bereich Kommunikation rührte aber vorallem aus meinem Nebenfach-Studium der Kommunikationswissenschaft am IfKW her, in welchem mich insbesondere die akademische Forschung zum Feld „Verhältnis Journalismus - PR“ interessiert hat.

Auch wenn die berufliche Richtung „Kommunikation“ für mich bereits so gut wie feststand, hatte ich trotzdem das Gefühl, dass mir noch ein vorläufig letztes Puzzle-Teil in meiner akademischen Ausbildung fehlte - Auslandserfahrung, idealerweise über ein englischsprachiges Programm mit kommunikationswissenschaftlichem Schwerpunkt.

Bei meiner Internet-Recherche stiess ich dann schließlich auf ein Programm, das wie massgeschneidert auf meine Bedürfnisse zu passen schien - der "Master International Communication" - ein Postgraduiertenstudium, das durch das "Geert Hofstede"-Konsortium, einem Zusammenschluss von fünf Europäischen Universitäten angeboten wird und sich der akademischen Ausbildung von weltoffenen und international-orientierten Kommunikations-Professionals verschrieben hat.

Das von der Europäischen Union geförderte Master-Programm ist auf drei Semester ausgelegt, davon verbringt man jeweils das erste und zweite Semester an zwei der europäischen Partner-Universitäten und schreibt im dritten Semester seine Master-Thesis, im Idealfall bei einem Unternehmen. Nach erfolgreichem Abschluss des Studiums bekommen die Absolventen sogar zwei akademische Titel verliehen - den „Master of Arts in International Communication“ sowie den „Master in International Communication“.

Ich habe mich für die Länder - Kombination Großbritannien und Italien entschieden und verbrachte daraufhin das erste Semester von September 2011 bis Januar 2012 an der „Leeds Metropolitan University“ in Leeds / West Yorkshire / England. Meine anfänglichen Bedenken zum Universitätsstandort Leeds (Graue Industrie-Stadt bei Manchester?) waren gänzlich unberechtigt: Leeds ist mit 200.000 Studenten eine sehr lebendige und vorallem durch den hohen internationalen Studentenanteil sehr weltoffene Studentenstadt, in welcher auch die komplette Infrastruktur (Studentenwohnheime, Einkaufsmöglichkeiten, Studienfahrten, Nachtleben) stark auf Studenten zugeschnitten ist. Die „Leeds Metropolitan University“ beheimatet zudem eines der führenden PR - Institute in Großbritannien. Die Studieninhalte des Grundstudiums, des sogenannten „core curriculum“ waren sehr praxisnah strukturiert, eine Erfahrung, die ich aus meinem theorielastigen Magisterstudium eher weniger kannte.

Ich belegte die Module „Global Business Environment“, „Corporate Communication in an intercultural context“ und „Communication Planning and Management“. Für letzteres Modul habe ich mit meiner internationalen Projektgruppe (bestehend aus einer Kanadierin, einer Indonesierin und mir selbst) für einen realen Auftraggeber, der CISV Wohltätigkeitsorganisation Leeds / West Yorkshire als Forschungsprojekt einen ausgereiften Kommunikationsplan entwickelt, der zum Teil auch durch die Organisation umgesetzt werden wird.

Da das Projekt über das gesamte Semester hinweg lief, hatten wir Gelegenheit, neben unseren fachlichen PR-Skills auch unsere Teamfähigkeit und interkulturelle Kompetenz zu verbessern. Für jedes Modul gab es einen festen Dozenten, aufgelockert wurden die Kurse aber auch durch Gastvorträge von Fachleuten aus der PR Praxis, des „Chartered institute of Public Relations“ (sozusagen die deutsche DPRG) oder von in Großbritannien einflussreichen Bloggern als Social Media - Experten.

Eine für mich interessante Erkenntnis war, dass in Großbritannien seitens der Akademiker und des Berufsfeldes PR dem Phänomen „Social Media“ eine sehr große Offenheit entgegengebracht wird und deshalb die Kreativität in diesem Bereich z.T. größer ist als in Deutschland.

Was die akademische Ausbildung betrifft, war diese fast ausschließlich praxisorientiert; theoretische Konzepte wurden zwar behandelt, aber längst nicht in der Ausführlichkeit, die ich vom IfKW kannte.

Für meine Kenntnisse der englischen Sprache war die Leeds-Erfahrung ein großes Plus:

Da alle Seminararbeiten von Muttersprachlern bewertet wurden, konnte ich mein akademisches Englisch erheblich verbessern, ebenso meine Präsentationstechnik in englischer Sprache im Rahmen von Vorträgen vor den anderen Kursteilnehmern und den externen Kunden.

Dazu hat auch die Größe und Internationalität des Kurses beigetragen; unsere Gruppe umfasste neun Studenten aus acht verschiedenen Ländern, was einen intensiven und interkulturellen akademischen Austausch aus den unterschiedlichsten Perspektiven heraus ermöglichte. Eine Besonderheit, die ich aus dem deutschen akademischen System bisher nicht kannte war die Pflichtbelegung eines „Personal Development Planning“ - Moduls, in welchem die Studenten zur Selbstreflektion über das eigene Lernverhalten angehalten wurden und in der Folge gezielt an Themen wie Zeitmanagement oder Führungsfähigkeit arbeiten sollten.

Das zweite Semester an der „Libera Università di Lingue e Comunicazione (IULM)“ in Mailand stand ganz im Zeichen der Spezialisierung auf die Themen - Schwerpunkte „Development and Communication“, „Corporate Social Responsibility“ und „Public Affairs and Advocacy“. Die Kurse setzten sich aus einer Gruppe MIC - Studenten, die zuvor an anderen Partner-Universitäten (z.B. in Holland) studiert hatten und italienischen Master-Studenten des Programmes „International Relations“ zusammen.

Von den Ressourcen her war die Universität in Leeds deutlich besser ausgestattet (z.B. war die Bibliothek dort 24 Stunden geöffnet), die italienische Bürokratie war fester Bestandteil des Uni-Alltages.

Auf der anderen Seite bietet Mailand mit seinen kulturellen und kulinarischen Angeboten sehr gute Lebensqualität, kann aber (allein schon wegen seiner mit München vergleichbaren Größe) nicht wirklich als Studentenstadt bezeichnet werden.

Was die Kursinhalte angeht, so waren die Kurse der IULM im Vergleich zum ersten Semester in Leeds weit weniger praxisorientiert, die Forschungsprojekte (Präsentationen, Gruppenprojekte) spielten sich ausschließlich auf akademischem Bereich ab, Kontakt zu realen Kunden gab es nicht. Im Modul „Development and Communication“ entwickelten wir im Rahmen eines Gruppenprojektes eine Lernplattform, um die Bereiche „Corporate Social Responsibility“, „Journalismus“ und „Development Communication“ auf einer einzigen Plattform zu vereinen und Konzepte zur gezielten Wissensvermittlung in den genannten Bereichen zu erschließen. Interessant war für mich, dass in der italienischen Forschung „Public Relations“ überwiegend als Teil von Marketing gesehen wurde, während die Dozenten in Leeds zumeist eine strikte Trennung beider Bereiche vorgenommen haben.

Neben italienischen Professoren der IULM und Bocconi Universität wurden die Kurse (oft in Form von Blockseminaren) auch von amerikanischen Dozenten und PR - Profis gegeben, beispielsweise von Michael Stopford (Executive Vice President der internationalen Agentur Weber Shandwick) oder Michael B. Goodman (Baruch College, The City University of New York),

was dem spezifischen Verständnis der einzelnen Themenschwerpunkte sehr förderlich war.

Das Studium in einem interkulturellen Kontext und die Zusammenarbeit mit Kommilitonen aus den unterschiedlichsten Kulturkreisen war auch im zweiten Semester sehr bereichernd - und legte den Grundstein zu einem internationalen Netzwerk aus Kommunikationsschaffenden (MIC Alumnis), auf welches ich sicherlich in meiner beruflichen Zukunft zurückgreifen kann.

Seit Juni bin ich nun wieder zurück in München und arbeite in Kooperation mit der Projekt-PR-Abteilung der Messe München GmbH an meiner Master-Arbeit zum Thema „Media Relations and the impact of culture“ - die thematisch durch die Beleuchtung des Verhältnisses „PR und Journalismus“ wiederum den Bogen zu meinem KW-Studium in München schlägt. Die Arbeit möchte kommunikationswissenschaftliche Konzepte mit kulturwissenschaftlichen Thesen verbinden und so herausfinden, inwiefern nationale Kulturen die „Media Relations“-Strategien in einer Unternehmenskultur beeinflussen können, insbesondere angesichts der sich rapide verändernden Medienlandschaft durch Social Media. Wie verändert sich der Medienbegriff durch diese Entwicklungen? Dies soll am Beispiel der B2B - Media Relations der Messe München GmbH anhand der Länder Deutschland, Großbritannien und Italien gezeigt werden.

Alles in allem würde ich den **Master International Communication (MIC)** auf jeden Fall jedem kommunikationswissenschaftlich - interessierten Studenten weiterempfehlen, der nach dem methodisch-fundierten KW - Erststudium ein praktisch-orientiertes internationales Aufbaustudium sucht. Der MIC hat definitiv meinen Horizont erweitert, vorallem auch durch die Erfahrung, innerhalb eines Programmes in zwei europäischen Ländern studieren zu können.

Wie es bei mir nach Abschluss der Masterarbeit genau weitergeht, weiss ich zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht - es ist aber in jedem Fall ein gutes Gefühl, jobtechnisch im Bereich Kommunikation nicht mehr ausschließlich an den deutschen Markt gebunden zu sein.

Isabella Bayer
München, 15.Oktober 2012.