

## **Erfahrungsbericht von Alexandra Ehm – Januar 2009**

### **Theorie für die Praxis nutzen! – Berufsstart in einer Münchner PR-Agentur**

Nach meinem abgeschlossenen Magisterstudium der Kommunikationswissenschaft entschied ich mich für einen Berufsstart in der PR-Branche. Der Übergang vom Universitätsalltag in die Praxis gestaltete sich für mich relativ einfach, da ich direkt von einer kleinen Münchner PR-Agentur übernommen wurde, bei der ich zuvor als Werkstudentin gearbeitet hatte.

Praktika und Werkstudententätigkeiten in Unternehmen oder Agenturen bieten die beste Gelegenheit, erste Berufserfahrungen zu sammeln. Es ist wichtig, dass man in dieser Zeit seine Stärken und Schwächen im Berufsalltag kennenlernt. Wer früh lernt, Verantwortung für eigene Projekte zu übernehmen, wächst an Selbstvertrauen.

Wenn man sich für das Berufsfeld Public Relations entscheidet, sollte man sich über die Aufgaben in der PR bewusst sein. Wir haben im Studium gelernt, dass PR weit aus mehr ist als nur das Verfassen von Presstexten. Eine Pressemeldung kann noch so gut geschrieben sein – wenn sie keine PR-Strategie verfolgt, ist sie beinahe wertlos. Feste Bestandteile des Qualifikationsprofils eines PR-Beraters sind Analyse, Konzeption, Implementierung, operative Umsetzung und Evaluation (vgl. DPRG). Diese Aufgaben bestimmen auch meinen Berufsalltag. Bei einem neuen Projekt sichte ich zu Beginn alle Materialien, die wir vom Kunden erhalten und arbeite diese systematisch auf. Konzepte werden meist in Power Point umgesetzt, vergleichbar mit einer Präsentation an der Universität. Der rote Faden und die Anschaulichkeit durch Beispiele sind dabei unentbehrlich. Die operative Umsetzung erfolgt im Team. Texte werden geschrieben und von anderen redigiert. Presseverteiler werden für den Versand von Meldungen erstellt und laufend aktualisiert. Nicht jede Meldung interessiert die breite Masse, daher überlegen wir uns immer vorab, an wen wir die Meldung verschicken möchten. Das Kontaktmanagement nimmt einen Großteil meiner Arbeitszeit in Anspruch. Als PR-Professional baut man sprichwörtlich Brücken zwischen den Anliegen der Kunden und der Journalisten. Das funktioniert über gute Beziehungen und durch das Vertrauen, das man von beiden Seiten genießen sollte.

Nach meiner Erfahrung wird der Bereich Evaluation immer noch stiefkindlich behandelt. Ergebnisse werden beschränkt auf quantitative Auszählungen von Clippings (veröffentlichten Pressemeldungen). Qualitative Auswertungen werden aus Kostengründen eingespart.

Eine Herausforderung, der wir uns als KommunikationswissenschaftlerInnen stellen müssen, ist nach wie vor der offene Berufszugang in die PR. Ein klar umrissenes Berufsbild

fehlt und es gibt noch keine standespolitisch anerkannten Berufsbezeichnungen. Begonnen habe ich meine Festanstellung als „PR-Assistenz“ und bin nun nach 18 Monaten „Junior-Beraterin“. In einer kleinen Agentur gibt es flache Hierarchien, d. h. verantwortungsvolles Handeln und Sorgfalt werden unabhängig von der Position vorausgesetzt. Das Berufsbild in der Praxis richtet sich nur wenig nach der Ideallinie der Wissenschaft. Es ist immer wieder überraschend, dass viele PR-Professionals Werbung und PR nicht trennscharf voneinander unterscheiden. Beispielsweise habe ich Korrekturen von Presstexten erhalten, die durch werbliche Sprache ergänzt werden sollten. Dass ein Journalist einen werblichen Text als ungläubwürdig ansehen könnte, blieb unbeachtet.

Die Freundlichkeitsfalle (Fröhlich, 2001) ist auch in meinem Berufsalltag allgegenwärtig. Es ist ein Drahtseilakt, kommunikativ und gleichzeitig verschwiegen, kompromissbereit, aber auch entschlossen, sowie teamfähig und selbstständig zu sein. Beispielsweise habe ich zu meiner großen Verwunderung die Erfahrung gemacht, dass sich nach einer Sitzung ein Teilnehmer bei mir für den servierten Kuchen bedankte, obwohl ich bei diesem Unternehmen selbst zu Gast war und eine Präsentation gehalten hatte. Ich war die einzige anwesende Frau bei dieser Sitzung und so teilte man(n) mir die Rolle der guten Gesellschafterin zu. Dass Frauen in ihrer Berufsrolle ausreichend anerkannt werden, bleibt ein Drahtseilakt. Das kommunikationswissenschaftliche Studium bewahrt einen nicht vor den Erfahrungen, die wir im Berufsleben machen werden, es schafft aber ein kritisches Bewusstsein für das spätere Berufsfeld und es liegt an einem selbst, die erlernte Theorie in der Praxis sinnvoll einzusetzen.