

LIEBE YOUNG PROFESSIONALS UND STUDIERENDE,



wenn das Weihnachtsfest und der Jahreswechsel vor der Tür stehen, ist es Zeit für einen Schulterblick: Wie ist das zu Ende gehende Jahr verlaufen, was hat gut funktioniert, was kann man zukünftig besser machen?

Im PR Career Center blicken wir auf ein erfolgreiches Jahr 2011 zu-

rück. Es hat sich gezeigt, dass Karriereberatung und Personalvermittlung für Young Professionals in der Kommunikationsbranche wichtiger sind denn je. Denn in der Branche tut sich viel, das wirft viele (neue) Fragen auf: Die Studienlandschaft differenziert sich immer weiter aus – doch was sollte man studieren, um ein erfolgreicher Kommunikator zu werden? Agenturen und Unternehmen buhlen um die besten Köpfe – doch wer ist eigentlich der passende Arbeitgeber? Für die richtig guten Jobs muss man einschlägiges Know-how mitbringen – doch wo lernt man am besten, was man wissen und können muss?

Der Anspruch des PR Career Centers war, ist und bleibt, Ihnen in

diesen Fragen klare Orientierung zu bieten. Das tun wir mit unserem Informationsmaterialien und –veranstaltungen, mit unserem Weiterbildungsprogramm und nicht zuletzt mit unserer Jobvermittlung. Ihr positives Feedback bestätigt uns darin, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen!

Für die Weihnachtszeit wünschen wir Ihnen alles erdenklich Gute, für das neue Jahr bereits jetzt einen guten Start und viele Erfolge.

Philip Müller und Thomas Lüdeke

DAS PRCC IN DER WIRTSCHAFTSWOCHE

„WENN DER HEADHUNTER EINMAL KLINGELT“

Wie kommen Young Professionals an ihren Traumjob? Und wie finden Agenturen und Unternehmen die passenden Kommunikations-Mitarbeiter? Über die Personalberatung des PR Career Centers – das schreibt die Wirtschaftswoche in einem Personalberater-Spezial auf ihrer Website. Der Artikel schildert, wie der Fachkräftemangel, die zunehmende Spezialisierung in der Personalberatung und das Internet den Arbeitsmarkt für Akademiker verändern.

Lesen Sie den vollständigen Artikel [hier](#)

DPRG, BDP, GPRA UND CO.

BIETEN DIE VERBÄNDE, WAS SIE ERWARTEN?

Verbände in der Kommunikationsbranche: Leisten sie, was Sie erwarten? Das Karrierebarometer des PR Career Center fragt Ein- und Aufsteiger in der Kommunikationsbranche regelmäßig um ihre Meinung zu Karrierethemen. Diesmal geht es um das Thema Verbände: Welche Rolle spielen DPRG, BdP, GPRA etc. in Ihrem Berufsleben? Was läuft dort gut – und was könnte besser laufen? Wir sind gespannt!

Sagen Sie uns [hier](#) Ihre Meinung.

POWERED BY ALLIANZ

DIE KLAPPE PR FILMFESTIVAL 2012

Der Kommunikationsverband und die Allianz Deutschland AG schreiben den ersten „PR Filmpreis“ für Deutschland, Österreich und die Schweiz aus. Der Wettbewerb erfolgt in zwei Kategorien mit einem Hauptwettbewerb für PR Profis und einen PR Filmförderpreis für den Nachwuchs.

Der Einreichungsschluss ist der 13. Januar 2012 für den Nachwuchs (Skripte) und der 1. Februar 2012 für den Hauptwettbewerb. Hier geht es zur Einreichung:

[http://www.dieklappe.de/pr\\_filmfestival/ausschreibung](http://www.dieklappe.de/pr_filmfestival/ausschreibung)

PARTNER:



MEDIENPARTNER:



IMPRESSUM



PR Career Center GbR  
Corneliusstraße 16-18  
40215 Düsseldorf

Web:  
[www.pr-career-center.com](http://www.pr-career-center.com)  
E-Mail:  
[redaktion@pr-career-center.com](mailto:redaktion@pr-career-center.com)  
Redaktion:  
Aleksandra Dobrilovic  
V.i.S.d.P.:  
Thomas Lüdeke / Philip Müller



EINMALIGE KOMBINATION AUS STRATEGIE-KNOW-HOW UND METHODENAUSBILDUNG AN DER UNI MÜNSTER

## STRATEGISCHE KOMMUNIKATION STUDIEREN



Der Bedarf nach qualifizierten Kommunikationsmanagern in Unternehmen, NGOs, öffentlichen Einrichtungen und Agenturen wächst mit steigenden Anforderungen an die Öffentlichkeitsarbeit. Auf diesen Trend hat die Universität Münster

mit dem neuen zweijährigen Masterstudiengang ‚Strategische Kommunikation‘ ([pr-master.uni-muenster.de](http://pr-master.uni-muenster.de)) reagiert. Künftige Kommunikationsmanager können sich ab Mai 2012 bewerben.

**Frage: Die Uni Münster startet ihren neuen Masterstudiengang „Strategische Kommunikation“. Was ist das Besondere an diesem Studiengang?**

**Prof. Dr. Ulrike Röttger:** Der Studiengang unterscheidet sich deutlich von stärker managementorientierten und betriebswirtschaftlich ausgerichteten Studiengängen; wir kombinieren Methoden- und Forschungskompetenzen aus dem Bereich der Wirkungs- und Persuasionsforschung mit theoretischer und empirischer Forschung zur strategischen Kommunikation. Damit vermitteln wir den Studenten ein Kompetenzprofil, das insbesondere in leitenden Positionen im Bereich der strategischen Kommunikation stark nachgefragt wird. So zeigt sich, dass insbesondere analytisches Hintergrundwissen zu den Bedingungen, Prozessen,

Wirkungsmechanismen öffentlicher Kommunikation für Führungspositionen z.B. im Kommunikationsmanagement unerlässlich ist. Wir bezeichnen dieses Kompetenzprofil als „operative Reflexionsfähigkeit“. Man könnte auch sagen: Wir beziehen die Fremdbeobachter von Organisationen systematisch in die Ausbildung ein. Wir denken also nicht nur aus Sicht der kommunizierenden Organisation, sondern genauso aus der Perspektive der Bezugsgruppen, die ein wie auch immer geartetes Interesse an konkreten Organisationen haben. Praktisch heißt das beispielsweise: Unsere Absolventen sind in der Lage, die Bezugsgruppenperspektive einzunehmen und selbständig und methodisch Wissen über Stakeholder zu generieren, um auf dieser Basis Kommunikationsmaßnahmen zu planen und umzusetzen.

**Welchen Anforderungen des Berufsfeldes wird der Studiengang damit gerecht?**

Der Studiengang qualifiziert für Positionen in Berufsfeldern, die tendenziell immer stärker zusammenwachsen: Unternehmenskommunikation, Public Relations und Werbung einerseits sowie Marktforschung und Mediaplanung andererseits. Da die Inhalte des Studiengangs nicht ausschließlich auf Unternehmen fokussiert sind, sondern die Bedingungen, Anforderungen und Effekte strategischer Kommunikation bei unterschiedlichen Organisationstypen und in verschiedenen gesellschaftlichen Handlungsfeldern berücksichtigen, sind die im Rahmen des Studiums erworbenen

Kompetenzen sehr breit einsetzbar – so in Unternehmen wie auch in Behörden, Verbänden oder NGOs.

**Sie sprechen von reflexionsbasierter PR-Arbeit – was ist damit gemeint?**

Reflexionsbasierte PR zeichnet sich idealtypisch dadurch aus, dass sie die Wahrnehmungen und Einstellungen der relevanten Bezugsgruppen systematisch und kontinuierlich mitdenkt. Das üben wir an konkreten Praxisfällen ein – zuletzt zum Beispiel im Rahmen einer Imageerhebung für die Polizei Dortmund oder von Reputationsanalysen für wissenschaftliche Einrichtungen. Mittel- bis langfristig wird sich dadurch die Erfolgswahrscheinlichkeit von strategischer Kommunikation erhöhen. Und: das kann in bestimmten Fällen auch zu der Einsicht führen, auf externe Kommunikation zu verzichten und stattdessen die Organisationspolitik zu verändern. Kommunikationsmanager, die operative Reflexionsfähigkeit besitzen, sind im Idealfall in der Lage, auf Basis einer systematischen Umweltbeobachtung die Ansprüche und Erwartungen von Stakeholdern zu antizipieren und ihrer Organisation durch frühzeitige Positionierungen einen Wettbewerbsvorteil zu verschaffen. Im Krisenfall sind sie in der Lage, so bezugsgruppenspezifisch zu agieren, dass eine breite öffentliche Kritik an ihrer Organisation verhindert wird.

Weitere Informationen zum Studiengang finden Sie hier: [pr-master.uni-muenster.de](http://pr-master.uni-muenster.de)

Aktuelle Jobangebote

### >>> KARRIERETURBO >>>

## AMBITIONIERTER PRESSEREFERENT (M/W) GESUCHT

Ob Einsteiger oder bereits mit einschlägiger Berufserfahrung – für einen Kunden suchen wir eine echte Kommunikator-Persönlichkeit, die handwerklich fit ist und beim ersten Gegenwind nicht gleich umfällt. Solide redaktionelle Kenntnisse und erste Erfahrungen im Umgang mit führenden Medien und kritischen Redakteuren sind wichtig.

Denn die ausgeschriebene Position ist eine echte Herausforderung mit intensiver Begleitung durch gestandene Kommunikationsprofis: Sie arbeiten mit den besten Beratern der Branche zusammen und lassen sich kontinuierlich und intensiv von diesen coachen und weiterbilden. Klar, dass dabei überdurchschnittlicher Einsatz erwartet wird. Für einen jungen PR-Profi ist dieser Job ein echter Karrierebeschleuniger, der Türen öffnet.

Bewerbung per Motivationsschreiben an: [bewerbung@pr-career-center.com](mailto:bewerbung@pr-career-center.com)



JOBVERMITTLUNG  
PR CAREER CENTER



Nutzen Sie auch unseren

**JOB-ALERT**

auf [www.pr-career-center.com](http://www.pr-career-center.com)!



PRCC AUF DER NETWORKING NITE UND AUF DEM ABSOLVENTENKONGRESS  
DEM PATENTREZEPT AUF DER SPUR



Ist PR-Karriere planbar oder Glückssache? Wie Young Professionals ihrer Karriere auf die Sprünge helfen, diskutierten die Teilnehmer der Frankfurter networking nite Mitte November. „Glück gehört auch dazu“, gab Referent Tino Fritsch von SGL Carbon zu. „Aber Sie können die richtigen Voraussetzungen schaffen.“ Welche das sind, da klaffen die Erwartungen von Arbeitgebern und Berufseinsteigern auseinander. Das zeigte das Karrierebarometer vom PR Career Center, das Philip Müller vorstellte.

Was müssen PR-Einsteiger also mitbringen? „Teamfähigkeit, Lernbereitschaft, Flexibilität“, vermuten Young Professionals laut Karrierebarometer. Dem Personalentscheider Tino Fritsch fehlten zentrale Fähigkeiten wie interkulturelles Verständnis und unternehmerisches Denken – der Blick für den eigenen Beitrag zum Unternehmenserfolg. Ein Young Professional sollte netzwerken und sich komplexe Themen schnell erarbeiten können. Agenturerfahrung sei dafür eine gute Ausgangsposition. Letztlich entscheide bei Fritsch aber das Bauchgefühl. Die Lebensläufe der Referenten – vom Azubi zum Konzernpres-

sesprecher (Fritsch) und vom Trainee zum Geschäftsführer (Müller) – zeigen, dass zur PR-Karriere mehr gehört als Glück und Fachwissen: Der Mut, Weichen zu stellen, der Biss, sich für den eingeschlagenen Weg einzusetzen, und die Weitsicht, sein Handeln immer wieder auf die Unternehmensziele auszurichten.

**Karriere auch ein zentrales Thema in Köln**

Auch die Teilnehmer des Absolventenkongresses in Köln hatten zahlreiche Fragen, was Ihre ganz individuelle Karriereplanung angeht. Rund 150 Absolventen und Young Professionals informierten sich beim Vortrag von PRCC-Geschäftsführer Thomas Lüdeke auf Deutschlands größtem Karrierekongress in der Kölnmesse. Im Vordergrund standen aktuelle Marktentwicklungen und deren Auswirkungen auf Karrieremöglichkeiten. Wie wichtig sind Social Media-Kompetenzen? Wie sammle ich die nötigen Vorerfahrungen für einen erfolgreichen Job-Einstieg? Der Informationsbedarf ist nach wie vor groß.

Ein besonderes Augenmerk legte Thomas Lüdeke auf den Einstieg in Kommunikationsagenturen. Viele Absolventen interessieren sich verstärkt für die Unternehmensseite und vergessen, welche Vorteile ein Einstieg auf Agenturseite bietet – und, dass ein späterer Wechsel in eine Agentur ohne vorherige Beratungserfahrung nur schwer möglich ist, umgekehrt ein Agenturjob aber bestens auf eine Tätigkeit im Unternehmen vorbereitet.

**37. GRUNDAUSBILDUNG DER DAPR  
IN VIER SCHRITTEN ZUM  
KOMMUNIKATIONSPROFI**

Im Februar 2012 geht die Grundausbildung der Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR) in die 37. Runde. Der renommierte Lehrgang bietet praxisorientiertes PR-Fachwissen für Trainees, Volontäre und für PRler mit Berufserfahrung. Sie lernen, kommunikative Maßnahmen selbstständig zu planen, umzusetzen sowie deren Ausführung/Produktion zu überwachen und zu bewerten.

Die DAPR ist laut einer Umfrage des PR-Journals der bekannteste Aus- und Weiterbilder bei Young Professionals. Auch was die Frage angeht, wo sich die Ein- und Aufsteiger am ehesten ihre nächste Aus- und Weiterbildung vorstellen könnten, lag die DAPR auf dem ersten Platz.

Vom 3. Februar bis zum 27. Mai werden in der Grundausbildung der DAPR in den vier jeweils dreitägigen Modulen folgende Inhalte vermittelt:

1. **Einführung und Grundlagen der PR, Instrumente von Online Relations**
2. **Strategische Konzeption**
3. **Medienarbeit mit Schwerpunkt Pressearbeit**
4. **Spezielle Anwendungsfelder der PR**

Nicht zuletzt ist die Ausbildung die optimale Vorbereitung auf die Prüfung zum PR-Berater/ zur PR-Beraterin bei der Prüfungs- und Zertifizierungsorganisation der deutschen Kommunikationswirtschaft (PZOK).

Weitere Informationen und die Möglichkeit zur Anmeldung gibt es [hier](#). Die Module können auch einzeln gebucht werden.

**37. Grundausbildung:  
Start am 3. Februar 2012**

3. bis 5. Februar 2012

**Einführung und Grundlagen der PR Grundlagen und Instrumente von Online Relations**

23. bis 25. März 2012

**Strategische Konzeption**

20. bis 22. April 2012

**Medienarbeit mit Schwerpunkt Pressearbeit**

25. bis 27. Mai 2012

**Spezielle Anwendungsfelder der PR**

Die Deutsche Akademie für Public Relations bildet seit 14 Jahren Volontäre, Trainees und Junioren in der Kommunikationsbranche zu PR-Experten aus:

- Die umfassende **Grundausbildung** vermittelt praxisorientiertes PR-Fachwissen und bereitet optimal auf die anerkannte Prüfung zum PR-Berater(in)/PR-Referent(in) (PZOK) vor.
- In unseren ein- bis zweitägigen **Specials** können Sie Ihr Wissen in ausgewählten Bereichen gezielt vertiefen – von Social Media über erfolgreiches Beraten bis hin zu internationaler Kommunikation.



Deutsche Akademie für Public Relations

Anmeldeschluss: 6. Januar 2012  
5% Frühbucherrabatt bei Anmeldung bis zum 2. Dezember 2011