

„VON PR-PROFIS UND MILLIONÄREN“ ODER WAS DIESES BUCH BIETET

Vorwort der Herausgeber

Liebe Leserinnen und Leser,

was haben erfolgreiche PR-Profis und Millionäre gemeinsam? Wer jetzt denkt: „Ganz klar – die Vermögensverhältnisse“, den beglückwünschen wir zu einem außergewöhnlich gut bezahlten Job! Üblicherweise aber gilt, dass es in diesem Punkt doch merkliche Unterschiede gibt...

Das verbindende Element ist vielmehr, dass der Weg zur ersten Million ebenso wenig vorgezeichnet ist wie der zum beruflichen Erfolg in der PR-Branche. Es existiert keine Blaupause, kein Patentrezept. Die Beschäftigung mit dem Thema PR-Karriere wirft in der Regel mehr Fragen auf, als sie Antworten zutage fördert. Etwa: Ist PR überhaupt das Richtige für mich? Was sollte ich dafür studieren? Sind eher Generalisten gefragt oder sollte ich mich spezialisieren – und falls ja: auf welche Kommunikationsdisziplin, welche Branche? Wo bin ich besser aufgehoben: in einer Agentur oder einem Unternehmen? Muss ich ins Ausland, was nützt mir ein Dokortitel oder MBA? Sollte ich den Arbeitsplatz wechseln – und falls ja, wann, wohin? Wer hilft mir dabei? Und, und, und...

Um auf diese elementaren Fragen die richtigen Antworten zu finden, ist kaum etwas so hilfreich wie konkrete Tipps von erfahrenen Experten. Deshalb kommen im vorliegenden „Karriereguide Public Relations“ Menschen zu Wort, die in der Branche nicht nur einen guten Namen haben, sondern aufgrund ihrer persönlichen Erfahrungen ambitionierten Young Professionals konkrete Handlungstipps für die berufliche Weichenstellung geben können:

Roland Heintze (Geschäftsführender Gesellschafter der Kommunikationsagentur Faktenkontor) beleuchtet, inwiefern sich durch die anhaltende **Wirtschaftskrise** die **Situation für Ein- und Aufsteiger** in der PR-Branche verändert (hat). Um eine zentrale Erkenntnis vorwegzunehmen: Die PR-Branche ist nach wie vor ein attraktives Arbeitsumfeld – wenn man die richtigen Kompetenzen mitbringt.

Welche Kompetenzen das heutzutage sind, um in einer **Agentur** erfolgreich zu sein – das schildern Holger Marth, Thomas Lüdeke (Bundesjuniorensprecher der Deutschen Public Relations Gesellschaft DPRG) und Philip Müller (DPRG-Juniorensprecher für Hessen/Rheinland-Pfalz/Saarland). Cornelia Kunze (Geschäftsführerin von Edelman Deutschland) nennt die Vor- und Nachteile der Agenturarbeit aus ihrer ganz persönlichen Perspektive.

Worauf es bei der Kommunikation für ein großes **Unternehmen** ankommt, schildert Sina Hempel (Junior Manager Corporate Communication und PR bei Danone Waters Deutschland) im Interview. Dr. Roland Kuntze (Leiter Externe Kommunikation und Pressesprecher bei Telefónica o2 Germany) steuert einen kompakten Überblick über die Pros und Contras der Arbeit als Unternehmenskommunikator bei.

Weshalb sind die einen erfolgreich in der PR, während andere auf der Stelle treten oder gar ihren Job verlieren? Diesen Fragen geht Udo Lahm (Geschäftsführender Gesellschafter der contract Kommunikations- und Personalberatung) in seinem Beitrag „**Sicher klettern auf der Karriereleiter**“ nach.

Tino Fritsch (Head of Corporate Communications bei der SGL Group) war und ist häufig im **Ausland**, hat einen **MBA** und macht gerade seinen **Dokortitel** – was er davon Young Professionals empfehlen würde, verrät er im Interview.

In kaum einer anderen Branche gibt es so viele **Frauen** wie **in der PR**. Wenn es um Führungspositionen geht, kommen aber meist Männer zum Zug. Woran das liegt, wie frau damit umgehen sollte und was sich konkret ändern muss – damit befassen sich die Statements von Prof. Uta-Micaela Dürig (Leiterin Unternehmenskommunikation bei Robert Bosch), Dr. Bernadette Tillmanns-Estorf (Direktorin Unternehmenskommunikation bei B. Braun Melsungen) und Christian Löcker (Geschäftsführer GK-Unternehmens- und Personalberatung).

Was Hänschen nicht lernt – das kann Hans immer noch lernen. Diese Position vertritt Dr. Holger Sievert, Director bei komm.passion consulting. Was die PR-Branche angeht,

sei es aber alles andere als leicht, die zu seiner individuellen Situation passenden **Aus- und Weiterbildungsangebote** von den weniger geeigneten zu unterscheiden. Wie chaotisch der Markt tatsächlich ist und wie man sich darin zurecht findet, zeigt Sievert in seinem Beitrag.

Wenn der Headhunter anruft, fällt manchem Young Professional vor Schreck erst einmal der Hörer aus der Hand; andere wiederum fühlen sich übermäßig geschmeichelt. Dabei ist der Kontakt zu Personalberatern heutzutage auch auf Ebene der Ein- und Aufsteiger normal – und nützlich für das berufliche Weiterkommen. Gunther Schnatmann (Geschäftsführer Schnatmann Media) und Christian Löcker (Geschäftsführer GK-Unternehmens- und Personalberatung) geben Tipps zum **richtigen Umgang mit Headhuntern**.

Die Aufgaben von Kommunikationsverantwortlichen verändern sich zunehmend: von der ausschließlichen Realisierung der Kommunikationsmittel und der Pressearbeit hin zur strategischen Steuerung von Kommunikation. Jörg Pfannenbergl (Geschäftsführer der Kommunikationsagentur JP | KOM) zeigt in seinem Beitrag „Das PR-Handwerk der Zukunft“, was der **Wandel zum Manager der Kommunikation** für den PR-Nachwuchs bedeutet. Ulrich Schuhmann (Geschäftsführer Schuhmann Personalberatung) beschreibt aus Sicht eines Personalberaters, welche **Kompetenzen aktuell und zukünftig** in der Kommunikationsbranche gefragt sind.

Auch wenn es manchem PR-Schaffenden schwer fällt, das zu akzeptieren: In vielen Situationen kommt es nicht auf den Inhalt, sondern die Verpackung an. In Interviews, Bewerbungsgesprächen oder bei Präsentationen vor dem Kunden überzeugend aufzutreten, kann man mit **Video Feed Back®** üben. Wie ein solches Training abläuft und was man dabei lernen kann, schildert Medientrainer Georg Holzach.

Mentoring kann ambitionierte Ein- und Aufsteiger dabei unterstützen, eigene Fähigkeiten und Kompetenzen zu erkennen, zu entwickeln und diese gezielt in die eigene Berufsplanung einzubinden. In einer vertrauensvollen Beziehung zu ihrem Mentor können die Young Professionals von dessen Erfahrungen, Know-how und Netzwerk profitieren. Die DPRG-Juniorensprecherinnen Christina Herborg und Silke Lenz stellen das Mentoring-Programm der DPRG-Junioren vor.

Wir hoffen, Ihnen mit diesen Beiträgen hilfreiche Informationen für Ihre Karriereplanung zu liefern. Was das Buch dabei jedoch nicht ersetzen kann, ist der persönliche Austausch mit Gleichgesinnten und jenen, die „es geschafft haben“. Das zählt aber

zu den zentralen Erfolgsfaktoren in der PR-Branche – Karriere macht man nicht im stillen Kämmerlein. Wir möchten Sie deshalb dazu aufrufen, sich auszutauschen, Kontakte zu knüpfen und über den Tellerrand zu blicken.

Gelegenheit dafür bietet das Sommer Symposium (www.sommer-symposium.de) des PR Career Centers. Mit dem Kauf dieses Karriereguides erhalten Sie einen Rabattgutschein für den eintägigen Karriere-Kongress. Wir würden uns freuen, Sie auf der Veranstaltung begrüßen zu dürfen.

Wie auch immer Sie Ihre beruflichen Weichen stellen werden – wir wünschen Ihnen dabei viel Erfolg! Und wer weiß: Vielleicht können Sie ja eines Tages tatsächlich von sich behaupten, beides geschafft zu haben: erfolgreicher PR-Profis geworden zu sein – und dabei auch noch richtig reich...

Philip Müller und Thomas Lüdeke, Frankfurt im März 2010