

Der B.A.-Studiengang „Public Relations/ Kommunikationsmanagement“ von A bis Z

Der Lehrstuhl Öffentlichkeitsarbeit/ PR und die Entstehung des B.A.- Studiengangs „Public Relations/ Kommunikationsmanagement“

Seit den 50er Jahren existieren Aus- und Weiterbildungsangebote von Berufsverbänden, die akademische PR-Ausbildung in Deutschland ist hingegen noch sehr jung. Das universitäre PR-Angebot beschränkte sich lange Zeit auf vereinzelte Lehrveranstaltungen innerhalb des Fachs Publizistik bzw. Kommunikations- und Medienwissenschaft, erst seit Anfang der neunziger Jahre ist einige Bewegung in die Sache gekommen. Heute existieren an mehreren deutschsprachigen Fachhochschulen und Universitäten Ausbildungsmöglichkeiten. In den USA ist die universitäre Ausbildung für dieses Berufsfeld seit langem selbstverständlich.

1993 wurde an der Universität Leipzig der erste Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/ Public Relations im deutschsprachigen Raum eingerichtet. Mit dieser innovativen Entscheidung betrat die Universität Neuland: Sie reagierte damit auf die Entwicklung des Berufsfeldes PR, das seit Mitte der achtziger Jahre „boomte“. Mit Beginn des Sommersemesters 1994 nahm Prof. Dr. Günter Bentele (vorher FU Berlin und Otto-Friedrich-Universität Bamberg) den an ihn ergangenen Ruf an den PR-Lehrstuhl der Universität Leipzig an. Heute sind neben dem Lehrstuhlinhaber zwei Honorarprofessoren (Prof. Jürg W. Leipziger, Prof. Dr. Michael Vogt), ein Wissenschaftlicher Assistent (Dr. Stefan Wehmeier), drei Wissenschaftliche Hilfskräfte (Mark-Steffen Buchele, M.A., Jörg Hoepfner, M.A., Howard Nothhaft, M.A.), eine Sekretärin (Verena Orlowski), mehrere studentische Hilfskräfte sowie eine Reihe von Lehrbeauftragten aus der Kommunikationspraxis tätig. Dr. Tobias Liebert, Koordinator für LiSA GmbH, der mit dem Lehrstuhl kooperierenden Studentenagentur, betreut deren Projekte und arbeitet in weiteren Drittmittelprojekten.

Das studentische Interesse an dem seit 1994 im Magisterstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft angebotenen Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit/ PR wuchs beständig. Bislang haben mehr als 200 Studierende den Schwerpunkt mit einer Magisterarbeit und den entsprechenden Prüfungen abgeschlossen. Die Absolventen arbeiten in Kommunikations-Agenturen, Unternehmen, Verbänden, Kirchen oder im kulturellen Bereich.

Die stark wachsende Nachfrage einerseits von Studenten, andererseits der Agenturen, der Wirtschaft und anderer Bereiche nach einer qualitativ hochwertigen, berufsvorbereitenden PR-Ausbildung gab den Anstoß für die Entwicklung eines eigenständigen PR-Studiengangs.

Prof. Dr. Günter Bentele wollte mit dem neuen Studiengang eine zügige, wissenschaftlich fundierte, aber zugleich auch praxisorientierte Ausbildung ermöglichen. Der Studiengang bereitet gezielt auf die Tätigkeit eines Kommunikationsmanagers (bzw. PR-Beraters oder PR-Referenten) in den verschiedenen Arbeitsfeldern der Public Relations und Organisationskommunikation, wie zum Beispiel in PR-Abteilungen von Unternehmen und Verbänden, PR-Agenturen, Pressestellen in Parteien, Organisationen der Öffentlichen Hand, in Kultur, Sport, Wissenschaft, den Medien und anderen Organisationsformen, aber auch auf Tätigkeitsfelder der internen Kommunikation und Werbung vor. Nach einer zweijährigen Planungs- und Vorbereitungsphase startete im April 2002 der B.A.-Studiengang „Public Relations/ Kommunikationsmanagement“ als erster und bislang einziger grundständiger PR-Studiengang an einer deutschen Universität.

Was ist das Besondere am Leipziger B.A.-Studiengang „Public Relations/ Kommunikationsmanagement“?

Kombination von wissenschaftlichen Grundlagen (Theorie) und Praxis

Die Inhalte des B.A.-Studiengangs vermitteln sowohl umfassende theoretische Kenntnisse in PR und verwandten Bereichen (z.B. Werbung) als auch vielseitige Praxiselemente. Das Prinzip dieser Kombination zieht sich durch den gesamten Studienablaufplan. Ein sechsmonatiges Vorpraktikum (z. B. in den Bereichen PR, Journalismus oder Werbung) gewährleistet, dass die Studenten ein reelles Bild vom Berufsalltag bekommen und erste Praxiserfahrungen gesammelt haben, bevor sie ihr Studium aufnehmen. Bestandteil des Hauptstudiums sind weitere vier Monate

Praktikum im PR-Bereich. Prof. Dr. Günter Bentele und die wissenschaftlichen Mitarbeiter sind vor allem für die Vermittlung der theoretischen und wissenschaftlichen Aspekte der PR zuständig. Als „Praxispartner“ ist Prof. Jürg W. Leipziger, Honorarprofessor seit 1996, Ansprechpartner für die B.A.-Studenten. Jedes Semester werden etwa acht bis zehn Veranstaltungen des festen Lehrpersonals sowie rund 15 Lehrveranstaltungen von externen Lehrbeauftragten aus der PR-Praxis angeboten. Beispiele sind Seminare wie *Strategische PR*, *Krisen-PR*, *Kommunale Öffentlichkeitsarbeit*, *Kommunikationstraining TV* oder *Präsentationstechnik*. Auch die Abschlussarbeit im B.A.-Studiengang kombiniert beide Aspekte: Sie besteht aus einer praktischen PR-Konzeption sowie einem wissenschaftlichen Reflexionsteil.

Nicht der N.C., sondern das Talent entscheidet

Über die Zulassung zum B.A.-Studiengang entscheidet nicht der Numerus Clausus, sondern die persönliche Eignung für den Beruf des Kommunikationsmanagers. In einem mehrstufigen Auswahlverfahren, das aus einer schriftlichen Bewerbung, der Bewertung von drei publizistischen Arbeitsproben und einem persönlichen Eignungsgespräch besteht, können die Bewerber ihre kommunikativen Fähigkeiten unter Beweis stellen.

Kleine Jahrgänge und individuelle Beratung

Jedes Jahr beginnen maximal zwanzig Studenten den B.A.-Studiengang „Public Relations/ Kommunikationsmanagement“ zum Sommersemester an der Universität Leipzig. Somit sind die Jahrgänge übersichtlich. Neben den Professoren und anderen Dozenten des PR-Lehrstuhls ist Jörg Hoepfner, M.A., als B.A.-Betreuer der Hauptansprechpartner für alle Fragen der Studenten. Mehrmals im Semester findet ein B.A.-Stammtisch statt. Diese Veranstaltungen sind als Feed-back-Möglichkeit gedacht, bei der die Studenten sich in gemütlicher Atmosphäre mit den Lehrstuhlmitarbeitern austauschen können. Bei jedem Stammtisch sind auch PR-Profis aus Praxis oder Wissenschaft zu Gast, die durch Vorträge die Studenten an ihrem Wissen teilhaben lassen. Die Stammtische sollen nicht nur den persönlichen Kontakt der Studenten zum Lehrstuhl verbessern, sondern auch eine Möglichkeit bieten, weitere Kontakte zu knüpfen.

Der B.A.-Abschluss ist international kompatibel und ermöglicht eine flexible Studienplanung

Der Studiengang „Public Relations/ Kommunikationsmanagement“ schließt mit dem Abschluss „Baccalaureus Artium“ (B.A.) ab. Die B.A.- und Masterstudiengänge (M.A.) sind europaweit das Studienmodell der Zukunft. Das Prinzip dieses zweistufigen Studiensystems stammt aus dem angelsächsischen Raum und ist international weit verbreitet. 29 Staaten haben auf der Bologna-Konferenz im Juni 1999 der Harmonisierung des europäischen Hochschulraumes zugestimmt und beschlossen, ihre Studiensysteme an das B.A./M.A.-Modell anzupassen. Die Zahl der B.A.- und M.A.-Studiengänge in Deutschland hat sich in den letzten Jahren stetig vervielfacht (1998: ca. 100 Angebote, 2003: über 1750, Quelle: www.studienwahl.de und www.hochschulkompass.de). Die Absolventen von B.A.-Studiengängen haben einen Hochschulabschluss, der international kompatibel und weltweit bei Universitäten und Arbeitgebern akzeptiert ist.

Kurze Studiendauer

Der B.A.-Studiengang „PR/ Kommunikationsmanagement“ dauert sechs Semester und ermöglicht im Vergleich zu Magister- und Diplomstudiengängen einen schnelleren Berufseinstieg. Er ist daher besonders für Studenten geeignet, die ihre Zukunft eher in der PR-Praxis als in der Wissenschaft, der Forschung oder der Lehre sehen, aber dennoch nicht auf ein wissenschaftlich fundiertes PR-Studium verzichten wollen. Diese wissenschaftliche Fundierung und die Abkehr vom reinen „Handwerk“ wird auch insofern immer wichtiger, als sich PR zu einer Führungsfunktion in den Unternehmen entwickelt und als sich Agenturen stärker auf die Beratung der Unternehmen (und ihrer Vorstände) in Kommunikationsangelegenheiten konzentrieren. Wer sich weiter spezialisieren will oder eine wissenschaftliche Laufbahn einschlagen möchte, hat die Möglichkeit, anschließend noch einen Magisterabschluss, später einen Masterabschluss, zu machen.

Spezialisierung und persönliche Schwerpunktsetzung

Neben dem Hauptfach „PR/ Kommunikationsmanagement“ belegt jeder B.A.-Student entweder ein zweites Hauptfach oder zwei Nebenfächer. So ist es möglich, ein breites Wissen zu erlangen und sich durch eine sinnvolle Fächerkombination für ein

besonderes Arbeitsfeld der Public Relations zu spezialisieren. Zum Beispiel kann Politikwissenschaft als zweites Hauptfach eine gute Vorbereitung für eine Tätigkeit im Bereich der Politischen PR sein, ein BWL-Studium für PR in einem Wirtschaftsunternehmen bzw. den Investor Relations oder Kulturwissenschaften als Ausbildung für die Beschäftigung im kulturellen oder Non-Profit-Sektor sein. Aber auch „exotischere“ Kombinationen, z. B. mit asiatischen Sprachen, können für eine Spezialisierung sinnvoll sein.

Inhalt und Aufbau des Studiums:

Die Ausbildungsinhalte des B.A.-Studiengangs setzen sich aus folgenden Teilbereichen der Kommunikations- und Medienwissenschaft zusammen, wobei insbesondere im Hauptstudium Veranstaltungen aus dem Bereich Public Relations/ Kommunikationsmanagement zu besuchen sind:

1. Public Relations/ Kommunikationsmanagement
(u. a. Theorien der Public Relations, Geschichte der Public Relations, Ethische Grundlagen der PR und der persuasiven Kommunikation, Strukturen des PR-Berufsfeldes, Praxisfelder der PR, Methoden und Instrumente der PR und PR-Forschung, Strategisches Kommunikationsmanagement)
2. Historische und Systematische Kommunikationswissenschaft
(u. a. Einführung in die Kommunikationswissenschaft/Grundbegriffe, Kommunikations- und Medientheorien, Nationale und internationale Medienstrukturen, Kommunikations- und Medienethik, Kommunikations- und Medienrecht)
3. Empirische Kommunikations- und Medienforschung
(u. a. Grundfragen und Ansätze der empirischen Kommunikations- und Medienforschung, Methoden der empirischen Medienforschung, Publikums-/Mediaforschung, Medienwirkungsforschung)
4. Medienwissenschaft und –kultur, Medienpädagogik, Buchwissenschaft
(u. a. Medienökonomie, Medienspezifik und Medienästhetik, Medienanalyse)
5. Journalistik
(u. a. Grundfragen des Journalismus, Methodik des journalistischen Arbeitens)

Der B.A.-Studiengang gliedert sich in ein zweijähriges Grundstudium, das mit einer Zwischenprüfung abgeschlossen wird, und in ein einjähriges Schwerpunktstudium, das nach dem dritten Studienjahr mit der Bakkalaureatprüfung (B.A.) endet. Im

Grundstudium können zwei Hauptfächer oder ein Hauptfach und zwei Nebenfächer gewählt werden, wobei Public Relations/ Kommunikationsmanagement stets im Hauptfach zu belegen ist. Public Relations/ Kommunikationsmanagement ist im dritten Studienjahr als Schwerpunktfach zu belegen. Das zweite Hauptfach bzw. eines der Nebenfächer wird dann als Begleitfach studiert.

Das Grundstudium umfasst im Hauptfach 36 Semesterwochenstunden (SWS) und pro Nebenfach je 18 SWS. Im Schwerpunktstudium (d. h. im dritten Studienjahr) umfasst das Schwerpunktfach 28 SWS, das Begleitfach 8 SWS. Im dritten Studienjahr wird die schriftliche, wissenschaftliche Abschlussarbeit erstellt, die sich aus einer PR-Konzeption und einem wissenschaftlichen Reflexionsteil zusammensetzt.

Zugangsvoraussetzungen:

- Nachweis der Allgemeinen Hochschulreife bzw. einer einschlägig fachgebundenen Hochschulreife
- Nachweis von Konversationskenntnissen in Englisch und einer weiteren modernen Fremdsprache
- Nachweis über ein mindestens sechsmonatiges Vollzeit-Praktikum in Pressestellen, PR- oder Werbeagenturen, PR-Abteilungen, Redaktionen oder anderen publizistischen Einrichtungen (ist bis spätestens zum Studienantritt nachzuweisen)
- Erfolgreich absolvierte Eignungsprüfung (Bewertung von drei einzureichenden publizistischen Arbeiten und Eignungsgespräch).

Bewerbungen von deutschen Studienbewerbern sind bis zum 30.9. des Jahres

vor Studienbeginn zu richten an:

Universität Leipzig

Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft

Lehrstuhl Öffentlichkeitsarbeit/PR

B.A.-Studiengang Public Relations/ Kommunikationsmanagement

Ritterstr. 24

04109 Leipzig

Ausländische Studienbewerber müssen sich an den Verein UNI ASSIST [www.uni-assist.de] und das Akademische Auslandsamt der Universität Leipzig [www.uni-leipzig.de/~akadem] wenden und Ihre Bewerbungen (mit allen für Ausländer notwendigen Unterlagen) bis zum 15.7. des Jahres vor Studienbeginn an folgende Adresse senden:

UNI ASSIST e.V.

Helmholtzstrasse 2-9

D – 10587 Berlin

Nach eingehender Prüfung und Bewertung der Bewerbungsunterlagen werden Einladungen zum Eignungsgespräch erteilt. Die Bewerbung sollte sich an den üblichen Standards orientieren. In jedem Falle sind der Nachweis der Hochschulreife beziehungsweise eines entsprechenden Vorzeugnisses sowie drei publizistische Arbeiten, die in den Bewertungsprozess zur Eignungsfeststellung einbezogen werden, einzureichen.

Ansprechpartner für Studieninformationen und -fachberatung für den B.A.Studiengang Public Relations/ Kommunikationsmanagement:

Jörg Hoepfner, M.A.

Burgstr. 21, 3. Etage, Zimmer 3.01, 04109 Leipzig

(Sprechstunde: dienstags 15.30 - 16.30 Uhr)

Tel.: (0341) 97 35 816

Email: hoepfner@rz.uni-leipzig.de

Dr. Stefan Wehmeier

Burgstr. 21, 3. Etage, Zimmer 3.02, 04109 Leipzig

(Sprechstunde: mittwochs 12.00 - 13.00 Uhr)

Tel.: (0341) 97 35 732

Email: wehmeier@rz.uni-leipzig.de

Weitere Informationen unter: www.uni-leipzig.de/~prkmw