

Nachbericht der Berufswege-Veranstaltung:

Berufsfeld Kommunikation & PR, Schwerpunkt Wissenschaftsmarketing, 13.11.2014

Das **Berufsfeld Kommunikation und Public Relations** mit dem **Schwerpunkt Wissenschaftsmarketing** stand im Fokus der Berufswege-Veranstaltung am 13.11.2014. Veranstalter war die Praxis und Beruf-Koordinationsstelle der Philosophischen Fakultät. Der Referent, Matthias Ruchser, berichtete in lockerer Atmosphäre von seiner beruflichen Tätigkeit in diesem Bereich. Anschließend beantwortete er die Fragen des Publikums.

Nach seinem Studium in Tübingen und einer Phase der beruflichen Selbstständigkeit im Bereich Erneuerbare Energien, hat Herr Ruchser derzeit die Position des Leiters der Stabsstelle Kommunikation am **Deutschen Institut für Entwicklungspolitik (DIE)** in Bonn inne. Ziel seiner Arbeit ist es, über vielfältige Kommunikationskanäle unterschiedliche Zielgruppen mit seinen Informationen zu erreichen und anzusprechen.

Was genau macht man als Kommunikationsexperte?

Kommunikation ist ein weit gefasstes Feld. Es zeigt sich, dass die „klassische“ Presse- und Öffentlichkeitsarbeit mit Webseite, Pressemitteilungen oder Printpublikationen im heutigen Zeitalter um neue und soziale Medien ergänzt werden muss. Herr Ruchser hat deshalb am DIE das Konzept des **Knowledge-Marketings** etabliert, der bewusst ansprechenden und zielgerichteten Vermarktung von Wissen und Informationen über das **Internet** und **elektronischer Kommunikation**. Denn ein auf Politikberatung und Ausbildung ausgerichtetes Forschungsinstitut wie das Deutsche Institut für Entwicklungspolitik darf sich nicht auf „Wissenschaft für Wissenschaftler“ beschränken. Vor allem dann nicht, wenn man den Anspruch hat, entwicklungspolitischer Agendasetter zu sein.

Im Zuge des Knowledge-Marketings organisiert die Stabsstelle Kommunikation Workshops und richtet **öffentliche Podiumsdiskussionen** aus. Themen sind beispielsweise Armutsbekämpfung und Nachhaltigkeit. Das heutige Agendasetting basiert aber vor allem auf elektronischer Kommunikation, die viele Möglichkeiten auf der Dialogebene zwischen Publikum und Knowledge-Manager bietet. Stark wachsende Netzwerke sind sehr gut zur weiten Verbreitung von Informationen geeignet. Herr Ruchser befasst sich deshalb auch verstärkt mit den neuen Social Media-Formaten wie Facebook oder Twitter. Hier lassen sich Inhalte und Bilder besonders schnell und wirksam verbreiten.

Welche Fähigkeiten sollte man mitbringen?

Im Knowledge-Marketing sind neben den kommunikativen Kenntnissen vor allem **herausragende Sprachkenntnisse** von hoher Bedeutung, um die internationale Wirkung des eigenen Marketings zu gewährleisten. Englisch ist in diesem Bereich die geläufige Gebrauchssprache und damit Grundvoraussetzung. Darüber hinaus müssen die **Informationen in jeder Sprache seriös aufbereitet** und vermittelt werden.

Als Quereinsteiger befasst sich Herr Ruchser mit verschiedenen Themen, sein persönlicher Schwerpunkt liegt allerdings immer noch auf Energie und Klimaschutz. Aber auch Bewertung von aktuellen Weltereignissen, Krisenkommunikation, Websitegestaltung und Veranstaltungsorganisation gehören zu seinen Aufgaben. Er ist also immer sehr nah an den wissenschaftlichen Inhalten, die er kommuniziert. Die Fähigkeit, sich **fundiert in Themen einzuarbeiten**, die Sie als Studierende mitbringen, ist eine wichtige Schlüsselkompetenz für dieses Berufsfeld.

Wie gelingt ein Einstieg?

Ein **Kommunikationsstudium** ermöglicht in dieser Branche theoretisch alle Wege. Matthias Ruchser setzt aber auch auf inhaltlich fachliches Wissen. Wissen um allgemeine Kommunikationsvorgänge sollten allerdings vorhanden sein. Herr Ruchser setzt dieses Wissen als allgemeine Grundvoraussetzung für ein Praktikum in seiner Abteilung voraus. Für den Erwerb dieser notwendigen Kompetenzen empfiehlt er ein **Volontariat in der Kommunikationsbranche**, da dort ein guter Einblick in die allgemeinen Abläufe der Kommunikation geboten wird. Für ein Praktikum beim DIE von mindestens 8 Wochen sollten Studierende bereits Kommunikations- oder Marketingfahrung mitbringen, z. B. aus Studium oder Praktika. Herr Ruchser akzeptiert Praktikantinnen und Praktikanten sowohl im Bachelor- als auch im Master-Studium. In der Privatwirtschaft kann dies unter Umständen schon während des Bachelor-Studiums möglich sein und der Bachelor-Abschluss evtl. für einen Berufseinstieg ausreichend.

Was ist reizvoll an diesem Berufsfeld?

Matthias Ruchser schätzt in seinem Beruf vor allem die Freiheit, die sich ihm bietet. In Ermangelung einer starren Hierarchie hat er die Möglichkeit auch **neue Themen und Technologien** aufzugreifen und zu nutzen. Seine Position ermöglicht die persönliche Entwicklung von innovativem Umgang mit Informationen, abseits von traditioneller, bisweilen „steifer“ Wissenschaft.

Ist das eine berufliche Option für Sie?

Für Absolventinnen und Absolventen lohnt sich der Blick auf dieses Arbeitsfeld durchaus. Die Veranstaltung mit Herrn Ruchser kann Studierenden verschiedener Fächerausrichtungen Mut machen, in den Bereich Kommunikation einzusteigen. Im Zuge der allgemeinen digitalen Vernetzung bietet die Kommunikationsbranche und das Knowledge-Marketing ein gutes Arbeitsfeld mit **Zukunftsaussichten**.

gez. Praxis & Beruf,
B. Jaeger, H. Schaller
16.12.2014