

4 Jahrgänge im B.A.-Studiengang „Public Relations/ Kommunikationsmanagement“ der Universität Leipzig

Deutsche PR-Ausbildung im 20. Jahrhundert

Seit den 50er Jahren existieren in Deutschland PR-Aus- und -Weiterbildungsangebote von Berufsverbänden. Die akademische PR-Ausbildung ist hingegen noch 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 Bewegung in diesen Bereich gekommen. Heute existieren an mehreren deutschsprachigen Fachhochschulen und Universitäten PR-Ausbildungsangebote. In den USA ist die universitäre Ausbildung für dieses Berufsfeld seit langem selbstverständlich.

Der Lehrstuhl Öffentlichkeitsarbeit/PR der Universität Leipzig

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 den an ihn ergangenen Ruf an den PR-Lehrstuhl der Universität Leipzig an.

Die Entstehung des B.A.-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement

Das studentische Interesse an dem seit 1994 im Magisterstudiengang Kommunikations- und Medienwissenschaft angebotenen Schwerpunkt Öffentlichkeitsarbeit/PR wuchs beständig. Die stark wachsende Nachfrage einerseits von Studenten, andererseits der Agenturen, der Wirtschaft und anderen Organisationen nach einer qualitativ hochwertigen, berufsvorbereitenden PR-Ausbildung gab den Anstoß für die Entwicklung eines eigenständigen PR-Studiengangs. Ab 1996 trug Prof. Dr. Günter Bentele sich mit dem Gedanken, einen eigenständigen Diplom-Studiengang „Kommunikationsmanagement“ einzuführen und somit den Ruf aus dem PR-Berufsfeld nach einem grundständigen PR-Studiengang zu entgegnen.

Der Bologna-Prozess, in dem sich im Jahr 1999 in Bologna alle europäischen Mitgliedsstaaten darauf verständigten, ihre unterschiedlichen und wenig vergleichbaren Studienabschlüsse zu vereinheitlichen und auf B.A.- und M.A.-Abschlüsse umzustellen, gab den Anstoß, von dem ursprünglichen Plan des Diplomstudiengangs Abstand zu nehmen. Ab 2000 widmete sich der Lehrstuhl intensiv der Planung eines eigenständigen B.A.-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement.

Ziele des B.A.-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement

Prof. Dr. Günter Bentele wollte mit dem neuen Studiengang eine zügige, wissenschaftlich fundierte, aber zugleich auch praxisorientierte Ausbildung ermöglichen. Der Studiengang sollte gezielt auf die Tätigkeit eines Kommunikationsmanagers (bzw. PR-Beraters oder PR-Referenten) in den verschiedenen Arbeitsfeldern der Public Relations und der Organisationskommunikation vorbereiten, wie zum Beispiel in PR-Agenturen oder in PR-Abteilungen und Pressestellen von Unternehmen, Verbänden und anderen Organisationen. Die Entwicklung der Studienordnung und der Beschluss der Studienordnung durch das sächsische Kultusministerium gestalteten sich zügiger als erwartet: kein anderer Studiengang wurde nach der Wende durch das sächsische Kultusministerium so schnell zugelassen wie der B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement!

Erste Immatrikulationen im Jahr 2002

So konnten schon zum Sommersemester 2002 die ersten 11 Studenten in diesen ersten grundständigen PR-Studiengang an einer deutschen Universität immatrikuliert werden. Sie alle haben das mehrstufige Auswahlverfahren, das aus einer schriftlichen Bewerbung, der Bewertung von drei publizistischen Arbeitsproben und einem persönlichen Eignungsgespräch besteht, bestanden. Dieses Auswahlverfahren muß jeder Bewerber für den B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement absolvieren, da zur Zulassung in diesem Studiengang nicht der Numerus Clausus, sondern die persönliche Eignung für den Beruf des Kommunikationsmanagers entscheidet. Dieses zweistufige Auswahlverfahren ist natürlich wesentlich aufwändiger als ein NC-Verfahren, ermöglicht aber vor allem durch die persönlichen Eignungsgespräche die Identifikation von jungen Talenten. An diesen Eignungsgesprächen nahmen seit Start des Studiengangs die Prüfungskommissions-Mitglieder Prof. Dr. Günter Bentele, Prof. Dr. Hans-Jörg Stiehler, Prof. Jürg Leipziger, Jörg Hoepfner als Vertreter des akademischen Mittelbaus und jeweils ein von der Fachschaft entsandter studentischer Vertreter teil. Sie lernten die Bewerber in jeweils einstündigen Gruppengesprächen rund um Themen wie

öffentliche Kommunikation, öffentliche Krisen, aber auch rund um die individuellen Bewerber-Lebensläufe, -Ziele und -Erfahrungen kennen. Diese intensiven Eignungsgespräche stellen somit einen zentralen Bestandteil des B.A.-Studiums dar, denn jeder immatrikulierte B.A.-Student mußte diese Hürde der eigenen Vorstellung vor erfahrenen Kommunikations-Persönlichkeiten nehmen.

Ein Charakteristikum des Studiengangs ist ferner die Erfahrung, dass schon in diesen Eignungsgesprächen Freundschaften geschlossen wurden: zahlreiche Bewerber waren sich sofort sympathisch und fanden sich und ihre Leidenschaft für Kommunikation in den anderen Bewerbern wieder: Telefonnummern und Mail-Adressen wurden schnell ausgetauscht, die frischen Kontakte wurden in den Folgewochen intensiviert, und schon vor dem Studienbeginn bildeten sich in jedem Jahr zahlreiche Freundesgruppen.

Nicht zu verschweigen sind allerdings auch die Tränen, bösen Anrufe und Androhungen von Rechtsmitteln von Seiten jener Bewerber, die nicht angenommen werden konnten...

Kleine Jahrgänge

In den drei auf diesen ersten Jahrgang folgenden Jahrgängen wurden dann jeweils 20 (bzw. knapp 20) Studierende immatrikuliert. So sind die Jahrgänge übersichtlich, und so wird ein enger Kontakt zwischen Lehrenden und Studierenden ermöglicht.

Gezielte Kombination von PR-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 im publizistischen Bereich gewährleistet, dass die Studenten ein reelles Bild vom Berufsalltag bekommen und erste Praxiserfahrungen gesammelt haben, bevor sie ihr Studium aufnehmen. Bestandteil des Studiums sind weitere vier Monate Praktikum im PR-Bereich. Prof. Dr. Günter Bentele und die wissenschaftlichen Mitarbeiter sind vor allem für die Vermittlung von PR-Wissenschaft zuständig. 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.

Kombination des PR-Studiums mit Nebenfächern

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 auf ein besonderes Arbeitsfeld der Public Relations zu spezialisieren. Zum Beispiel kann das Nebenfach BWL für PR in einem Wirtschaftsunternehmen bzw. in den Investor Relations qualifizieren.

B.A.-Arbeit nach sechs Semestern

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 und in welchem nur noch ein Nebenfach als „Begleitfach“ weiterstudiert wird. So steht das Hauptfach „Public Relations/Kommunikationsmanagement“ im Zentrum des Schwerpunktstudiums.

Immatrikulationen in den Jahren 2002 bis 2006

Geplant war der B.A.-Studiengang Public Relations/Kommunikationsmanagement für Jahrzehnte. Als einer der ersten B.A.-Studiengänge der Universität Leipzig sollte er ein Zukunftsmodell darstellen, welches frühzeitig die spezifischen Anforderungen des Bologna-Prozesses berücksichtigt, z.B. in bezug auf seinen international gültigen Abschluss und seinen konsekutiven Charakter, welcher den B.A.-Absolventen zu einem späteren Zeitpunkt die Aufnahme eines weiterführenden Masterstudiums ermöglicht.

Im Rahmen der fortschreitenden Planungen zur breiten Umstellung aller Studiengänge der Universität Leipzig auf B.A./M.A.-Struktur kristallisierte sich aber heraus, dass der B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement nicht die angestrebte Lebensdauer würde haben können: Die Universität Leipzig plant seit dem Jahr 2004 die Einführung grosser B.A.-Studiengänge, in die jährlich jeweils eine große (z.B. dreistellige) Anzahl an Erstsemester-Studenten immatrikuliert werden soll. Daß der B.A.-Studiengang mit bis zu 20 Studenten pro Semester keiner dieser starken B.A.-Studiengänge ist und daß der Lehrstuhl Öffentlichkeitsarbeit/PR nicht in der Lage sein würde, jährlich Erstsemesterstudenten in dreistelliger Anzahl auszubilden, lag auf der Hand. Und somit wurde das Ende des B.A.-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement immer deutlicher. Letztendlich beschloss der Rat der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig im Mai 2005, ab dem Jahr 2006 keine Studenten mehr neu in den B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement zu immatrikulieren und diesen somit auslaufen zu lassen.

Großes Interesse bei Studienbewerbern

Das Interesse von Seiten der Studienbewerber und auch von an anderen Hochschulen in anderen Studiengängen immatrikulierten Studierenden am Leipziger B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement war seit den ersten Presseberichten im Jahr 2002 sehr groß und stieg im Jahr 2005 auf ca. 50 Anfragen pro Monat. Somit wurde an der Universität Leipzig beschlossen, einen der am stärksten nachgefragten Studiengänge (wenn nicht sogar den am stärksten nachgefragten Studiengang überhaupt) auslaufen zu lassen. Insgesamt ließ sich in den Jahren 2002 bis 2005 eine generelle Zunahme des Interesses an diesem Studiengang als Trend festhalten, besonders aus dem Ausland.

Die Interessenten für den B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement

Eine Übersicht zeigt die Anzahl der Anfragen für diesen Studiengang, die gültigen eingegangenen Bewerbungen pro Jahr, die Anzahl der geführten Eignungsgespräche und die Anzahl der in jedem Jahr angenommenen Eignungsbescheide.

	Anfragen (Gesamt)	Anfragen (pro Monat)	Gültige Bewerbungen	Eignungsgespräche	Eignungsbescheide (angen.)
Jg. 2002	Ca. 180	Ca. 15	13	13	11
Jg. 2003	Ca. 230	Ca. 20	40	29	20
Jg. 2004	Ca. 500	Ca. 40	58	34	18
Jg. 2005	Ca. 600	Ca. 50	55	32	20

Die Bewerbungen für den B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement

Die Struktur der gültigen Bewerbungen läßt sich in einer Übersicht darstellen:

Jahr	Gültige Bewerbungen	Geschlecht		Herkunft	
		Männl.	Weibl.	BRD	Ausland
2002	13	4	9	13	-
2003	40	6	34	40	-
2004	58	15	43	58	-
2005	55	10	45	53	2

Obwohl das Interesse am B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement aus dem Ausland groß war, sandten ausländische Bewerber nahezu ausschließlich unvollständige Bewerbungen ein. Dieses zeigt, daß die Hürde der umfangreichen

Unterlagen, die im ersten Schritt des zweistufigen Eignungsverfahrens einzureichen waren, für ausländische Bewerber nur schwer zu meistern war.

Ein Großteil der Bewerbungen und auch der später immatrikulierten Studierenden kam aus den alten Bundesländern. Hier schien es weder Vorbehalte gegenüber einem Studium an der Universität Leipzig noch unüberwindbare Hürden zu geben.

Immatrikulierte Studierende im Sommersemester 2005

Insgesamt haben sich in den vier Jahren, in denen immatrikuliert wurde, 69 Studierende in diesen Studiengang immatrikuliert. Teilweise haben sie vorher schon in anderen Studiengängen studiert und konnten auf Basis von vorgelegten Leistungsnachweisen in höhere Semester eingestuft werden: Diese Studierenden konnten dann teilweise schon nach kurzer Zeit ihren B.A.-Abschluss erwerben.

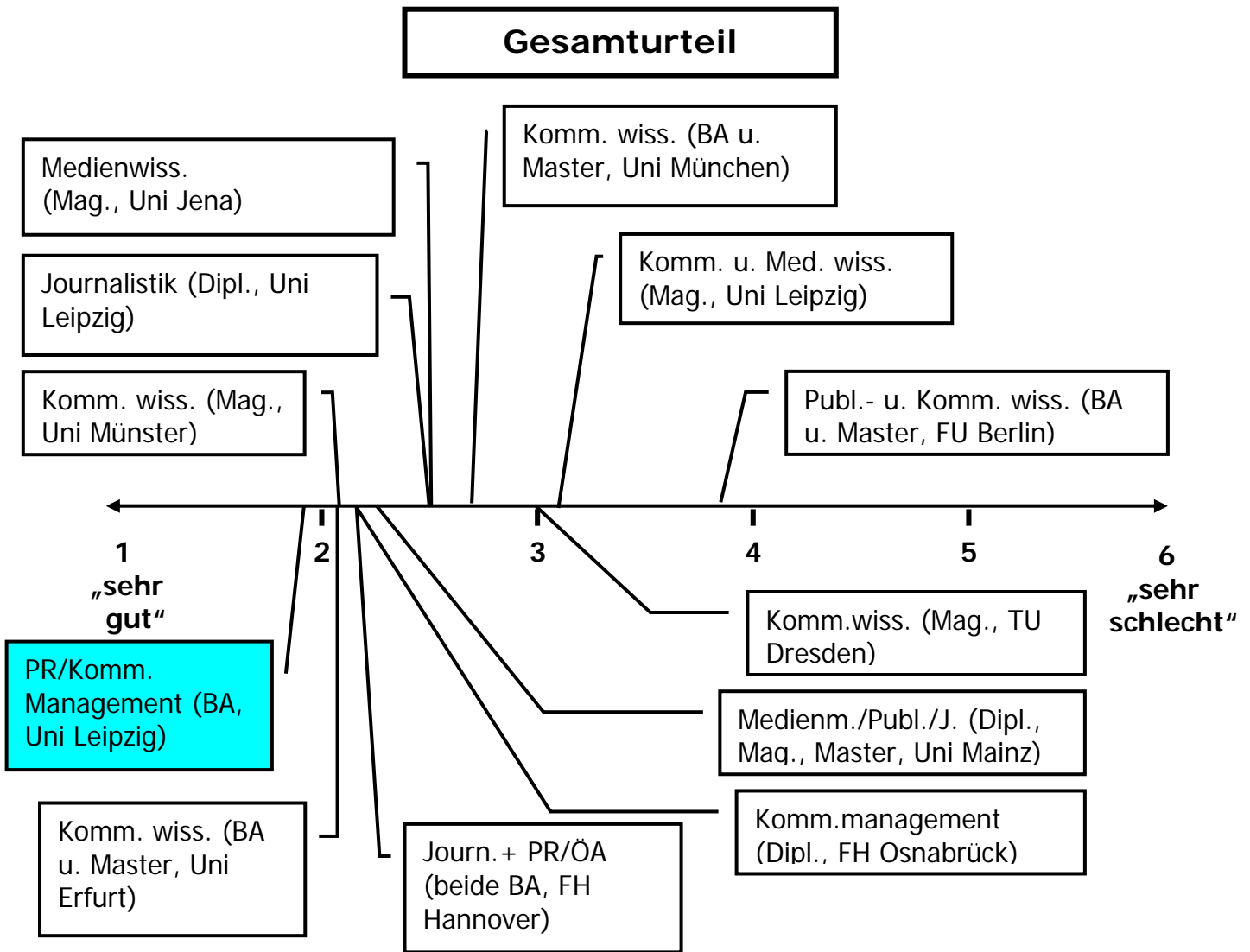
Im Sommersemester 2005 waren 60 Studierende in den B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement eingeschrieben, davon 42 Studentinnen und 18 Studenten. 59 dieser 60 Studierenden waren deutsch, eine zu diesem Zeitpunkt immatrikulierte Studentin war ausländischer Herkunft.

Die Semester-Verteilung sah folgendermaßen aus:

Sem.	Beurl.	1. Sem.	2. Sem.	3. Sem.	4. Sem.	5. Sem.	6. Sem.	7. Sem.
Anzahl	1	18	0	18	4	13	2	4

Zufriedenheit mit dem B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement

Im Rahmen des in der ZEIT vom 19. Mai 2005 angekündigten und seit diesem Tag auf www.che-ranking.de veröffentlichten CHE-Hochschulrankings für publizistische Studiengänge im deutschsprachigen Raum waren die Studierenden im B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement der Universität Leipzig nicht befragt worden. Daher entschlossen sich Prof. Dr. Günter Bentele und Jörg Hoepfner, der Betreuer des Studiengangs, im Juni 2005, den Original-Fragebogen des CHE aus dem Herbst 2004 nachträglich an die immatrikulierten Studierenden in diesem Studiengang zu versenden, um ein aktuelles Profil und einen aktuellen Grad der Zufriedenheit dieses Studiengangs zu erforschen und im Vergleich mit anderen Studiengängen abgrenzend beschreiben zu können. Das Ergebnis dieser Befragung ist eindeutig: Die Studierenden im B.A.-Studiengang PR/Kommunikationsmanagement bewerten ihren Studiengang insgesamt positiver als alle Studierenden ihre Vergleichsstudiengänge. Bei der zentralen Frage nach dem Gesamturteil bezüglich des jeweiligen Studiengangs wird der B.A.-Studiengang deutlich besser bewertet als alle anderen Studiengänge der Vergleichsgruppe. Ein Schaubild verdeutlicht dieses Ergebnis:



Die Absolventen des B.A.-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement

Bis zum Wintersemester 2005/2006 hatten bereits sechs Studierende (darunter ein männlicher Student) den B.A.-Studiengang mit dem Abschluß „Baccalaureus Artium“ beendet. Einige dieser sechs Absolventen hatten bereits vor ihrer Immatrikulation in anderen Studiengängen studiert und konnten gleich in höhere Semester eingestuft werden. Einer dieser Absolventen beschloß, nach seinem B.A.-Abschluss in PR/Kommunikationsmanagement auch einen Magister-Abschluss in Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Leipzig zu erwerben, drei Absolventinnen begannen Trainee-Programme bzw. den direkten Einstieg als Junior-Beraterinnen in PR-Agenturen, eine Absolventin nahm ein Jobangebot in einer Organisation an, eine andere entscheidet sich derzeit zwischen den ihr vorliegenden beruflichen Optionen. Insgesamt haben die Absolventen dieses Studiengangs keine Probleme, einen angemessenen Einstieg in das Berufsleben zu finden.

Zukunftsperspektive Masterstudiengang „Kommunikationsmanagement“

Die Universität Leipzig plant, zusätzlich zu den großen, in bezug auf Studentenzahlen starken B.A.-Studiengängen kleine, spezialisierte Masterstudiengänge einzuführen, in welchen sich die B.A.-Absolventen für ein bestimmtes wissenschaftliches Gebiet weiterqualifizieren können.

An der Fakultät für Sozialwissenschaften und Philosophie der Universität Leipzig wird es ab dem Wintersemester 2006/2007 zwei B.A.-Studiengänge geben, einen in Sozialwissenschaft und einen in Kommunikations- und Medienwissenschaft. Der letztgenannte B.A.-Studiengang wird künftig den ersten berufsqualifizierenden Studienabschluss mit kommunikations- und medienwissenschaftlicher Ausrichtung der Fakultät darstellen, PR-Inhalte (neben anderen) vermitteln und mit einer B.A.-Arbeit im Themengebiet Public Relations/ Kommunikationsmanagement beendet werden können. Aufbauend auf diesen kommunikations- und medienwissenschaftlichen B.A.-Abschluss der Universität Leipzig (oder auf einen anderen kommunikations- und medienwissenschaftlichen B.A.-Abschluss) ist geplant, am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig verschiedene kommunikations- und medienwissenschaftliche Master-Programme einzuführen. So soll unter anderem ein Masterstudiengang Communication Management (MCM) ab dem Wintersemester 2007/2008 gestartet werden. Dieser Masterstudiengang soll einen fachspezifischen B.A.-Abschluss als Zulassungsvoraussetzung haben und soll in 4 Semestern (inkl. Masterarbeit) PR-wissenschaftliches Wissen in einem von drei zur Auswahl stehenden Schwerpunkt-Bereichen (1) Wirtschaft, (2) Politik oder (3) Kultur/Non-Profit vermitteln. Jährlich sollen bis zu 20 Studierenden immatrikuliert werden. Somit wird es auch nach dem Auslaufen des B.A.-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement einen spezifischen Kommunikationsmanagement-Studiengang an der Universität Leipzig geben, der auch für die Absolventen des B.A.-Studiengangs PR/Kommunikationsmanagement eine interessante Zusatzqualifikation darstellt.