

„Kommunikationsberater/in – und was machst du da den ganzen Tag?“

Keine Ahnung, wie oft wir diese Frage schon gehört haben. Seit 2008 sind wir beide in der Kommunikation tätig – anfangs als Berater in einer Agentur, später selbständig. Unser Werdegang bis dahin war sehr unterschiedlich, für den Sektor jedoch eher typisch: Anne hat Politik- und Sprachwissenschaften studiert, Jan Kommunikationswissenschaften und BWL. Wir beide haben vor unserem Traineeship in der Agentur erste Praktika und Studentenjobs in Kommunikation und Marketing absolviert.

„Kommunikation – also machst du PR?“

– das war die zweite Frage, die oft folgte. Tatsächlich ist die Öffentlichkeitsarbeit der bekannteste Bereich in der Kommunikation – jedoch bei weitem nicht der einzige.

Wir haben auch schon die eine oder andere Pressemitteilung geschrieben. Unser Fokus lag jedoch meist auf der internen Kommunikation. Unsere Projekte waren dabei so unterschiedlich wie unsere Kunden: Mal ging es darum, eine motivierende Veranstaltung für die Vertriebsführungskräfte einer Bank zu gestalten; mal musste ein Magazin für Mitarbeiter eines Bergbaukonzerns geschrieben werden; mal entwickelten wir Workshops, um einen Veränderungsprozess in einem Chemiekonzern zu unterstützen.

Heute arbeitet Anne im Strategischen Management bei Brot für die Welt, und Jan unterstützt als Mitarbeiter des Klimabündnisses Städte, Gemeinden und Landkreise in Deutschland beim kommunalen Klimaschutz. Auf den ersten Blick haben wir uns damit von unserem eigentlichen Berufsfeld weit entfernt – wir würden jedoch sagen, dass unsere heutige Arbeit zu 80 Prozent identisch ist mit dem, was wir zuvor gemacht haben.

Nach Südafrika

2012 bekam Anne die Möglichkeit, mit der GIZ als Entwicklungshelferin nach Südafrika zu gehen. Zu diesem Zeitpunkt waren wir beide nicht mehr ganz zufrieden mit unserer Arbeit und auf der Suche nach etwas Neuem. Eine gute Entscheidungshilfe bei der Frage „Gehen oder nicht?“ war die Tatsache, dass Jan im Gastland eine Arbeitserlaubnis erhalten würde.

In Südafrika hieß es für uns beide recht



Foto: ©privat

Südafrika: Anne und Jan Schwarz bei einem Workshop zur Vorbereitung eines Filmprojektes

schnell: „raus aus der Komfortzone!“ Und das auch und vor allem bezogen auf unsere Fachexpertise. Die NGO, die Anne in der strategischen und internen Kommunikation beraten sollte, musste nach einigen Monaten schließen. Danach betreute sie ein Netzwerk für ITler. Dabei ging es zwar auch viel um Kommunikation, aber für den Partner stand die IT-Fachexpertise im Vordergrund. Neben einem Crashkurs zu Drupal, Open Source und IT Governance lernte sie auch viel im Bereich Lobbying und Advocacy dazu, denn in Südafrika wurden zu dieser Zeit viele IT-Initiativen von der Regierung lanciert. Auch Jan konnte sein Kompetenzspektrum deutlich ausweiten: Als Volunteer bei Greenpeace Africa und Verantwortlicher für Kommunikation bei Earthlife Africa war er Fotograf, Texter, Webdesigner, Aktivist und Organisationsentwickler in einer Person. Zusammen haben wir uns außerdem erstmals als Filmproduzenten versucht und ehrenamtlich für das Projekt einer GIZ-Kollegin den Dreh eines Dokumentarfilms koordiniert, der ein knappes Jahr später sogar auf dem International Film Festival auf Sansibar lief.

Zunächst als „Freie“ unterwegs

Unsere für uns sehr aufregenden und bereichernden Erfahrungen in Südafrika haben nach unserer Rückkehr nach Deutschland im Jahr 2014 potentielle Arbeitgeber nicht wirk-

lich interessiert. Wir arbeiteten beide nach kurzer Zeit als freie Berater auf ziemlich ähnlichen Kommunikationsprojekten wie zuvor – immer vermittelt über Kontakte und Empfehlungen aus unserer Zeit in Deutschland. Was uns jetzt fehlte: der kreative Spielraum und die Möglichkeit, inhaltliche Entscheidungen selbst zu treffen. Während Jan für sich ziemlich schnell klar hatte, dass er sich hauptberuflich für nachhaltige Lebensweisen

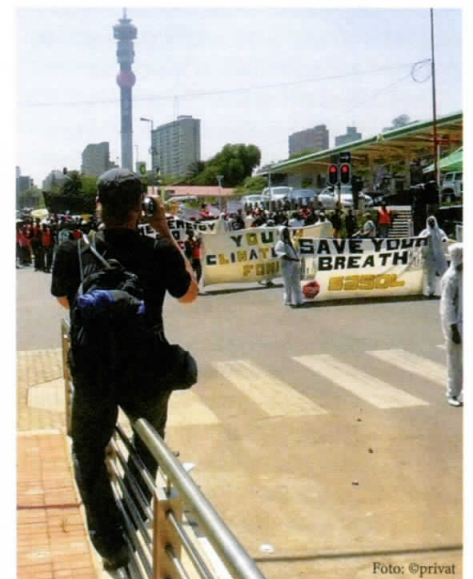


Foto: ©privat

Jan Schwarz bei der Fotodokumentation einer Kundgebung von Earthlife Africa.



einsetzen wollte, überlegte Anne eher, wie sie ihr Leistungsportfolio ergänzen konnte, um an „inhaltlichere“ Stellen zu kommen. Schließlich absolvierten wir beide im letzten Jahr einen Zertifikatslehrgang bei der Gesellschaft für Nachhaltige Entwicklung in Witzenhausen – Jan als Koordinator für Klimaschutz und Ressourcenmanagement, Anne als Koordinatorin für Internationales Projektmanagement. Über das in der Weiterbildung integrierte Praktikum kamen wir beide zu unseren aktuellen Arbeitsstellen. Kommunikation steht nicht mehr in unserer Berufsbezeichnung, spielt aber weiterhin eine zentrale Rolle: Es geht bei uns beiden immer noch darum, die Bedarfe der Zielgruppen und Beteiligten zu verstehen und unsere Inhalte so aufzubereiten und zu vermitteln, dass sie ankommen. Nur können wir jetzt unsere eigenen Ideen und Überzeugungen einbringen und mitbestimmen, in welche Richtung es inhaltlich geht. Wir merken auch, dass unsere Fachexpertise in der Kommunikation sehr positiv aufgenommen wird: In den NGOs, in denen wir nun arbeiten, fehlt es nicht an guten Ideen, aber manchmal am Wissen und der Erfahrung, den Kommunikationsaspekt von Anfang an „mitzudenken“.

Kommunikationsberatung: Handwerkszeug und Aufgabenfeld

Wie sieht denn nun unsere Arbeit ganz konkret aus? Das klassische Handwerkszeug eines „Allround-Communicationers“ sind die gängigen Text-, Präsentations- und Medienprogramme. Wenn man sich nicht gerade auf einen bestimmten sehr kreativen Zweig der Kommunikation spezialisiert – Graphic Recording und Video-Design sind aktuell sehr beliebte und nachgefragte Fertigkeiten – muss man sich mit den dazugehörigen Werkzeugen jedoch nicht intensiv auseinandersetzen. Denn der Arbeitstag ist neben vielen Besprechungen, Briefings und Brainstormings vor allem vom Schreiben von Texten und Konzepten und dem Entwerfen von Präsentationen geprägt. Spaß am Schreiben ist wichtig, aber wer sich zu sehr in seine eigenen Texte und Ideen verliebt, wird viele Enttäuschungen erleben: Was „gut“ ist, und was umgesetzt wird, entscheidet am Ende oft kein Kommunikationsexperte, sondern das Bauchgefühl eines Projektleiters, Managers oder Vorstands.

Schnelles Um- und Reindenken-Können ist gefragt, wenn man sich als Berater/in selbstständig machen will und somit nicht



Anne Schwarz
M.A. Romanistik, Skandinavistik
und Politikwissenschaft
2012 - 2014: Südafrika, GIZ

nur in einem vertrauten Unternehmen arbeitet. Analytische und konzeptionelle Stärke, ein gutes Sprachgefühl, Neugier am Ausprobieren von aktuellen Tools, Trends und Themen, und nicht zuletzt ein ausgeprägtes Dienstleistungsverständnis – das sind die weiteren „Soft Skills“ des erfolgreichen Kommunikationsberaters. Und wenn man in die Öffentlichkeitsarbeit geht, erwarten Kunden zusätzlich ein belastbares Netzwerk zu Presse, Politik und Wettbewerbern. Noch mehr als der souveräne Umgang mit den Werkzeugen ist es jedoch eine bestimmte Art zu denken, die unsere Arbeit prägt. Wir versuchen uns bei jeder Aufgabe nicht nur zu fragen: Was will ich erreichen? Wie kann ich dieses Problem möglichst gut für meine Ziele lösen? Sondern eben auch zu überlegen: Wer ist davon noch alles betroffen? Welche Interessen haben diese anderen Personen und Gruppen? Und wie kann ich sie darüber einbinden?

Möglichkeiten zum Einstieg

Wer an Kommunikationsarbeit als Angestellte denkt, sollte nicht nur „die Kommunikationsabteilung“ im Blick haben. Die legt oft einen Schwerpunkt auf die externe Kommunikation. Gerade in sehr großen Unternehmen haben die einzelnen Abteilungen oft ein eigenes kleines Kommunikationsteam, das sich speziell um die internen Kommunikationsbedarfe kümmert. Auch hier können ehemalige Entwicklungshelfer/innen punkten: Erfahrungen mit partizipativen Tools, der Entwicklung und Umsetzung von Workshops und dem Umgang mit Kon-



Jan Schwarz
M.A. Kommunikationswissenschaften
und Betriebswirtschaftslehre
2012 - 2014: Südafrika, GIZ (MAP)

flikten können beispielsweise spannend für die Kommunikationsherausforderungen im Personalwesen sein. Gerade Organisationen, die in größeren Veränderungsprozessen stecken, haben hier oft Bedarf. Als EHler kann man oft viele Sachen ausprobieren und interessante Projekte vorweisen, scheitert in Deutschland aber schon an den standardisierten Verfahren vieler Personalabteilungen. Intensive Netzwerkarbeit ist daher bei einem Wechsel des Arbeitsfelds immer das A und O. In allen größeren Städten gibt es eine Vielzahl an Netzwerken: über Gruppen auf XING und LinkedIn bekommt man Veranstaltungstipps und über Apps wie MeetUp und Facebookgruppen kommt man schnell in den persönlichen Kontakt und Austausch mit Kommunikationsschaffenden in der eigenen Stadt. Hier finden die eigenen Erfahrungen und Ideen eher ein offenes Ohr als im digitalen Bewerbungsverfahren. Und man kann über kleine gemeinsame Projekte oder ehrenamtliche Arbeit für eine Initiative einen Fuß in die Tür bekommen. Schnelle Ergebnisse sollte man jedoch nicht erwarten – Netzwerkarbeit braucht den langen Atem! Und ein letzter Tipp: Coaching! Viele Coaches kommen aus dem Kommunikationsbereich, haben eine Coaching-Ausbildung draufgesetzt und haben langjährige Erfahrung in der Beratung oder in Unternehmen. Sie können Lücken und Chancen aufzeigen und damit die Wechselphase deutlich erleichtern.

Anne und Jan Schwarz