

Presseinformation (15.07.2013)

ECOPSI-Studie: Kompetenzdefizite und fehlende Weiterbildungskonzepte sind zentrale Herausforderungen für Kommunikationsabteilungen in Europa

Trotz der Dynamik der internationalen Medienmärkte ist lebenslanges Lernen im Bereich Unternehmenskommunikation und Public Relations in Europa bislang kaum organisiert und für viele ein Fremdwort. Entscheider im Berufsfeld glauben, dass es bereits heute große Kompetenzdefizite gibt. Viele Organisationen werden deshalb innerhalb der nächsten zehn Jahre erhebliche Probleme bekommen, wenn das Thema nicht systematisch angegangen wird. Dies ist eines der zentralen Ergebnisse des von der Europäischen Kommission finanzierten Forschungsprojekts ECOPSI (European Communication Professionals Skills and Innovation Programme). Die Universität Leipzig setzt dieses Projekt gemeinsam mit den Universitäten Leeds, Amsterdam, Madrid, Ljubljana und Istanbul sowie der European Association of Communication Directors um. Ziel des Projekts ist die Identifikation aktueller und zukünftiger Anforderungsprofile für Kommunikationsmanager im internationalen Vergleich.

Die Ergebnisse beruhen auf einer Befragung von über 2.000 Kommunikationsmanagern aus mehr als 40 Ländern, Fokusgruppendifkussionen und 53 Tiefeninterviews mit Führungskräften der Unternehmenskommunikation in sechs europäischen Regionen – darunter Repräsentanten von Philips, Novartis, Shell, Telefonica, Henkel, BASF und Daimler. Ein praxisorientierter Kurzbericht mit zentralen Ergebnissen kann unter www.ecopsi.org.uk kostenlos heruntergeladen werden („Communication Management Competencies for European Practitioners“, 32 Seiten). Auf der Website finden sich ebenfalls Infografiken und die vollständigen Forschungsberichte.

Die zentralen Schlussfolgerungen des Projekts lauten:

1. In der Kommunikationsbranche gibt es einen Mangel an fundierten Programmen zur Unterstützung des lebenslangen Lernens sowie kaum ausgeprägte Karrierepfade. Der Wert vieler Studienangebote auf BA- und MA-Niveau wird von Praktikern kritisch hinterfragt. Inhalte und Vermittlungsformen der heutigen Ausbildungsangebote sollten daher überprüft und stetig an neue Rollenerwartungen und Anforderungen angepasst werden.
2. Im Bereich Social Media Management wird ein besonders starker Weiterbildungsbedarf wahrgenommen. Kommunikationsverantwortliche wollen vor allem besser verstehen, welche strategischen Implikationen diese neuen Kanäle haben.

3. Vor dem Hintergrund des politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandels werden interkulturelle Beziehungen und die Fähigkeit zum Arbeiten in internationalen Teams immer wichtiger. Job Rotation, Abordnungen auf Zeit und Praktika sind Lösungsansätze, mit denen Unternehmen den Herausforderungen grenzüberschreitender Kommunikationsarbeit begegnen können. Auf der Ausbildungsebene haben bestehende Austauschprogramme für Studierende wie insbesondere Erasmus eine hohe Bedeutung.
4. Durch Weiterbildungsangebote „on-the-job“ kann das strategische Kompetenzmanagement in Kommunikationsabteilungen gezielt ausgebaut werden. Beispielsweise können Coaching-Modelle und Mentoring-Programme sowohl unternehmensintern als auch organisationsübergreifend Anwendung finden.
5. Kommunikationsverantwortliche bilden sich besonders durch die Beobachtung des beruflichen Umfelds weiter. Daher spielen informelle und formale Netzwerke für den Erfahrungsaustausch auf den obersten und den unteren Hierarchieebenen der Kommunikation eine große Rolle. Im mittleren Management gibt es in dieser Hinsicht oft Lücken, da es eine große Zurückhaltung bei der Weitergabe von Wissen und Erfahrungen und der Diskussion von Schwächen gibt.
6. Schließlich gibt es klare Hinweise darauf, dass in Zukunft dynamische Generalisten im Kommunikationsmanagement zunehmend gefragt sein werden.

„Die Anforderungen an Kommunikatoren heute und in Zukunft sind immer vor dem Hintergrund der strategischen Unternehmensziele zu lesen. In vielen Branchen findet die größte Wertschöpfung bereits heute außerhalb von Europa und damit weit weg von den Stammhäusern und Firmenzentralen statt. Gleichzeitig benötigt man in der Kommunikation erfahrene Mitarbeiter, die mit der Unternehmenskultur und dem Markenkern vertraut sind.“ erläutert Professor Dr. Ansgar Zerfuß von der Universität Leipzig die Ergebnisse der Studie. „Kommunikationsabteilungen müssen sich darauf einstellen. Ein systematisches Kompetenzmanagement, strategisches Recruiting, lebenslanges Lernen und Führungskulturen, die auch mit virtuellen Teams umgehen können, sind nur einige Ansatzpunkte, über die man nachdenken sollte.“

Im Rahmen des ECOPSI-Projekts wurde eine Kompetenzmatrix für Kommunikationsmanager erstellt. Dabei wurde zwischen vier Rollen unterschieden: Leiter Unternehmenskommunikation, Manager Interne Kommunikation, Social Media Manager und Manager Krisenkommunikation. „Die Tätigkeitsprofile innerhalb der Kommunikationsbranche haben sich in den vergangenen 20 Jahren sehr stark ausdifferenziert und ein Ende dieser Entwicklung ist nicht abzusehen. Umso relevanter ist es, die zukünftig notwendigen Kompetenzen im Berufsfeld zu identifizieren und damit nicht nur den Unternehmen, sondern auch den Praktikern selbst eine klare Orientierungshilfe zu geben“, so Professor Dr. Ralph Tench von der Leeds Metropolitan University, über den Hintergrund des Forschungsprojekts.

Auf Basis der Forschungsergebnisse entwickelt das ECOPSI-Team derzeit ein Online-Tool, mit dem Kommunikationsverantwortliche eine Selbsteinschätzung ihrer Kompetenzen vornehmen können um sich mit Kollegen europaweit vergleichen können.

Über ECOPSI

ECOPSI (European Communication Professionals Skills and Innovation Programm) ist das bislang größte EU-finanzierte Forschungsprojekt zur strategischen Kommunikation. Das zweijährige Programm wird von sechs Universitäten und der European Association of Communication Directors mit dem Ziel durchgeführt, heutige und zukünftige Anforderungen an Kommunikationsmanager in Europa zu erforschen. Neben Trendaussagen und stellen-spezifischen Rollenbeschreibungen umfasst das Ergebnis der empirischen Untersuchungen ein Online-Tool zur Kompetenzeinschätzung für Kommunikationsverantwortliche.

Über die Universität Leipzig

Das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig gilt als einer der führenden Forschungsstandorte und Think Tanks für strategische Kommunikation in Europa. Der Master-Studiengang Communication Management ist seit dem Start 2007 durchgehend Nr. 1 im Ranking der deutschen PR-Studiengänge. Die Forschungsleistung des Fachgebiets Kommunikationsmanagement/PR kommt in über 75 Büchern, über 400 Fachbeiträgen und zahlreichen internationalen und nationalen Studien zum Ausdruck.

Kontakt

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Tel. 0341 97 35040, zerfass@uni-leipzig.de



Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

