

20.06.2007

PRESSEMITTEILUNG

PR-Absolventen mit sehr guten Berufs- und Karrierechancen

Erste repräsentative Absolventenbefragung von PR-Absolventen an der Universität Leipzig

Leipzig, Juni 2007. Wie gefragt sind Absolventen mit einer universitären PR-Ausbildung auf dem Arbeitsmarkt? Zum ersten Mal wurden an der Universität Leipzig 130 PR-Absolventen zu ihrem Berufseinstieg und ihrer beruflichen Entwicklung befragt. Das Ergebnis: Berufs- und Karrierechancen sind überraschend gut.

Der überwiegenden Mehrheit der ehemaligen Leipziger Studierenden gelang ein reibungsloser Einstieg in die Berufstätigkeit. Innerhalb von nur drei Monaten nach Studienabschluss fanden 72 Prozent ihre erste Anstellung, die in 60 Prozent der Fälle im Bereich Public Relations angesiedelt war bzw. ist. „Hier zeigt sich, dass eine solide, wissenschaftlich fundierte Ausbildung mit einer ausgeprägten Praxisorientierung auf dem Arbeitsmarkt sehr gut ankommt“, Prof. Dr. Günter Bentele, Leiter des Leipziger Lehrstuhls für Öffentlichkeitsarbeit.

Bis auf wenige Ausnahmen nahmen alle anderen PR-Absolventen eine Tätigkeit in benachbarten Branchen auf – in der Werbung, im Marketing, in Redaktionen sowie in Wissenschaft und Forschung. Für diesen Erfolg haben die Leipziger Studierenden allerdings hart gearbeitet: Sie können umfangreiche Praxiserfahrungen, ein zügiges Studium, gute Noten sowie Auslandsaufenthalte vorweisen. Das Engagement hat sich gelohnt. Bei 82 Prozent entsprach die erste Stelle ihren persönlichen Vorstellungen.

Innerhalb weniger Berufsjahre konnten viele PR-Absolventen wesentliche berufliche Erfolge verbuchen. Zum Zeitpunkt der Befragung hatte bereits jeder Zweite eine Leitungsposition inne. Darunter befinden sich u.a. Agenturinhaber, Niederlassungsleiter, Pressereferenten oder Leiter der Unternehmenskommunikation. Die Befragten zeichnen sich zudem durch eine hohe berufliche Zufriedenheit aus. Arbeitsbedingungen, Aufgaben und Aufstiegschancen, aber auch die

Einkommenssituation und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben wurden überwiegend positiv bewertet. Langzeitarbeitslosigkeit spielt für die Leipziger PR-Absolventen keine Rolle.

„Diese sehr guten Berufs- und Karrierechancen unserer Leipziger Absolventen sind sehr erfreulich, ich gehe aber davon aus, dass auch Absolventen anderer hochschulgebundenen PR-Studiengänge in Deutschland gute Chancen haben“, schätzt Prof. Bentele ein.

Mit ihrer Studienentscheidung sind die befragten Leipziger Absolventen zudem sehr zufrieden. 71 Prozent würden noch einmal ein Studium der Kommunikations- und Medienwissenschaft in Leipzig absolvieren. Insbesondere überzeugte die Studenten das vielfältige Lehrangebot, renommierte Lehrkräfte aus Wissenschaft und Praxis sowie der ausgeprägte Praxisbezug.

Ausführlichere Ergebnisse der Studie finden sie im beigefügten Abstract.

Für die Leipziger PR-Absolventenstudie wurden im August und September 2006 insgesamt 200 ehemaligen Studenten des Leipziger Magisterstudiengangs Kommunikations- und Medienwissenschaft mit Schwerpunkt Public Relations sowie des Bachelorstudiengangs PR/Kommunikationsmanagement angeschrieben. 130 Personen beteiligten sich an der Online-Befragung. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 67 Prozent.

Die Absolventenstudie wurde von Karen Stelzner im Rahmen ihrer Magisterarbeit am Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/ Public Relations unter Betreuung von Prof. Dr. Günter Bentele durchgeführt.

Die Universität Leipzig, Nr. 1 im Handelsblatt Karriere-Ranking 2006 der Medien-Studiengänge, gilt als führender Forschungsstandort und Think Tank für Kommunikationsmanagement und Public Relations in Deutschland.

Wesentliche Eckdaten auf dem Weg dorthin sind: 1409 Gründung der Universität als zweitälteste deutsche Hochschule, 1916 Geburtsstunde der Kommunikationswissenschaft in Europa mit dem Institut für Zeitungskunde des Nationalökonomen Karl Bücher, 1993/94 erster Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/PR in Deutschland (Prof. Dr. Günter Bentele), 2006 zusätzlich Universitätsprofessur für Kommunikationsmanagement (Prof. Dr. Ansgar Zerfuß), 2007 Start des ersten deutschen Master-Studiengangs Communication Management.

Aktuelle Forschungsschwerpunkte: Strategie und Wertschöpfung, Vertrauen, Corporate Social Responsibility, Innovations- und Technologiekommunikation, Social Web und investigative Konsumenten, Markenkommunikation.