



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT FÜR  
UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

Eine unternehmens- und hochschulübergreifende Initiative der Günter-Thiele-Stiftung  
für Kommunikation und Management im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft

# Karriere im Kommunikationsmanagement

**Berufserwartungen der Kommunikationsexperten von morgen**

**Janne Stahl & Ulrike Röttger (2015)**

# Methode & Begriffsklärung

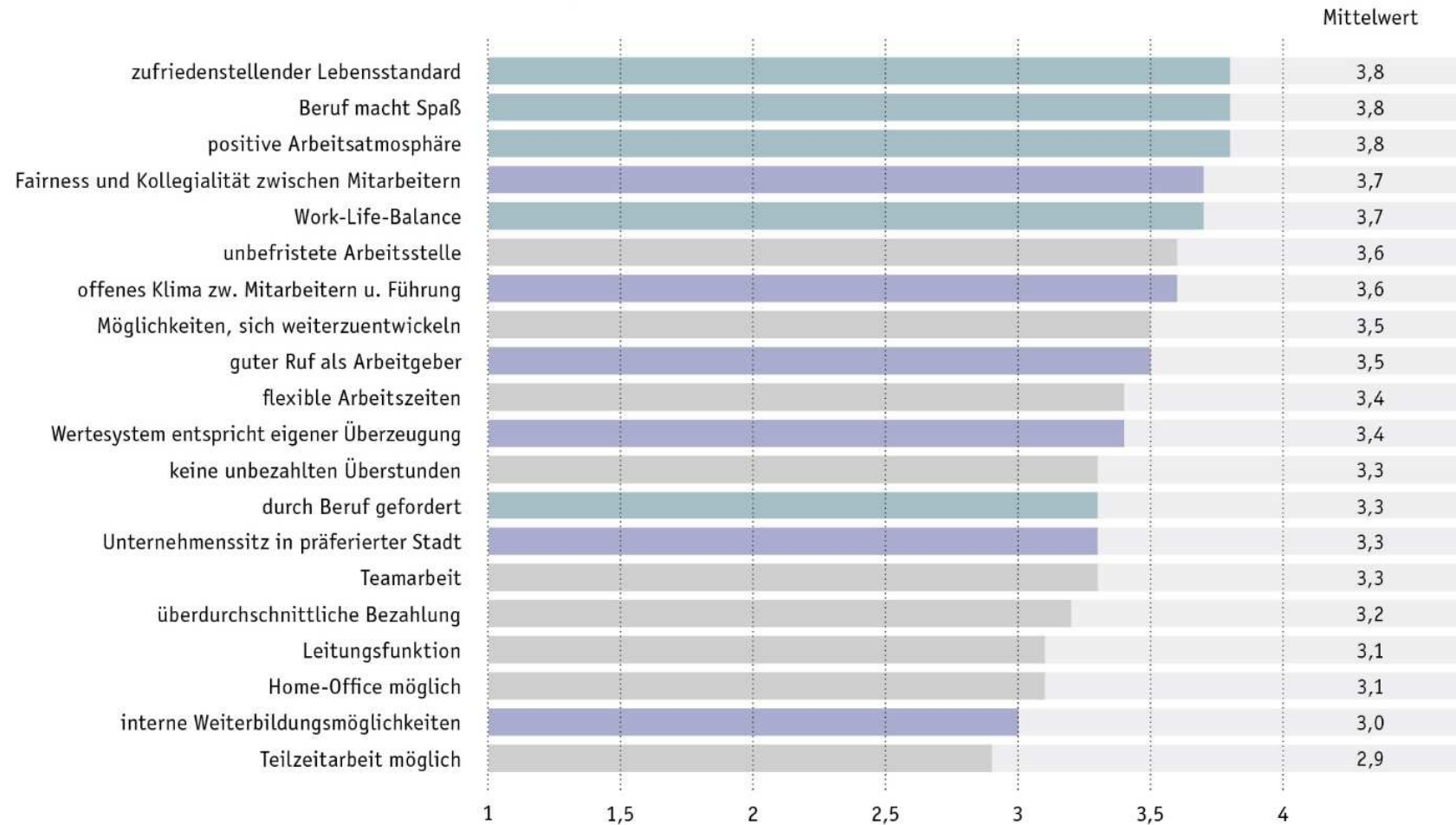
<b>Projektleitung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Janne Stahl &amp; Ulrike Röttger (Westfälische Wilhelms-Universität Münster)</li></ul>
<b>Zielsetzung</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aufzeigen der Erwartungen der PR-Studierenden an eine zukünftige Tätigkeit im Kommunikationsmanagement</li><li>• Untersuchung der Bewerbungsmethoden und Auswahlkriterien</li></ul>
<b>Methode</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Online-Befragung von 207 Master-Studenten, die aktuell einen der 11 PR-Master-Studiengänge in Deutschland an Universitäten oder Fachhochschulen absolvieren</li><li>• Rücklaufquote: 37%</li></ul>
<b>Untersuchungszeitraum</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Juni – Juli 2014</li></ul>

## Generation Y:

*Bezeichnet zumeist Personen, die nach 1980 geboren wurden und unter dem Einfluss von Globalisierung, technologischem Fortschritt und gesellschaftlichem Wandel (insbesondere Individualisierung) aufgewachsen sind.*

- Die Generation Y ist selbstbewusst, gut informiert und gewohnt, zwischen einem großen Angebot von Konsumgütern, Informationen und Möglichkeiten der Lebensgestaltung bzw. Selbstverwirklichung zu wählen.
- Sie sind karrierebewusst, möchten sich selbst herausfordern und sind überzeugt, gute Arbeit zu leisten.
- Selbstverwirklichung und Entwicklungsmöglichkeiten bei Verdienst und Lernen sind ihnen sehr wichtig.
- Gleichzeitig hat die Generation Y ein ausgeprägtes Bewusstsein für Work-Life-Balance, auch wenn sich Freizeit und Job zunehmend vermischen.

# Werte der Studierenden – Vertreter der Generation Y



- allgemeine Aspekte des Berufslebens
- Unternehmensmerkmale
- Aspekte der Arbeitsstelle (nach 7 Jahren Berufstätigkeit)

n = 173–189

Bewertung anhand der Skala von 1 (gar nicht wichtig) bis 4 (sehr wichtig)

# Erwartungen der Studierenden an den Job / Unternehmen

## ➤ Favorisierte Arbeitsfelder:

- Mitarbeiter- und Markenkommunikation am beliebtesten
- Media Relations, Online-Kommunikation und Events nur im Mittelfeld
- Sponsoring am wenigsten gefragt
- 85% sehen sich später als „Generalistische Spezialisten“ (d.h. spezialisiert auf ein bestimmtes Gebiet, aber im Bedarfsfall auch in anderen Bereichen einsetzbar)

## ➤ Wesentliche Erwartungen an die Kommunikationsabteilung:

- PR-Abteilung sollte eine hohe Akzeptanz im Unternehmen besitzen
- Gute Erreichbarkeit des Vorgesetzten
- Integrierte Kommunikation sollte einen hohen Stellenwert genießen
- Weniger wichtig: Internationalität und Größe der PR-Abteilung

## ➤ Wesentliche Erwartungen an das Unternehmen:

- Angenehme Arbeitsatmosphäre (Fairness, Kollegialität, offenes Klima und Anerkennung durch die Kollegen)
- Guter Ruf des Arbeitgebers
- Wertesystem entspricht den eigenen Überzeugungen
- Frauen legen sehr viel mehr Wert auf eine gute Arbeitsatmosphäre und einen Arbeitsort in der Region, in der sie zukünftig gern leben wollen
- Weniger wichtig: eine bestimmte Branche oder Unternehmensgröße, Internationalität des Unternehmens

# Erwartungen an den Berufseinstieg und Karriere

## ➤ Kriterien bei der ersten Arbeitsstelle:

- Am wichtigsten: Eigenständiges Arbeiten und Aufstiegsmöglichkeiten, aber auch intensive Anleitung
- Flexible Arbeitszeiten, keine (unbezahlten) Überstunden
- Unbefristete Arbeitsstelle und überdurchschnittliche Bezahlung eher nachrangig

## ➤ Wesentliche Erwartungen an die Stelle nach 7 Jahren Berufstätigkeit:

- Am wichtigsten: Unbefristete Stelle und die Möglichkeit, sich weiterzuentwickeln
- Flexible Arbeitszeitmodelle und keine (unbezahlten) Überstunden
- Aber auch überdurchschnittliches Gehalt und Leitungsfunktion wichtig
- Erwartungen von Männern und Frauen: Teilzeitmodelle und flexible Arbeitszeiten sind Frauen wichtiger, Männer wollen häufiger Personalverantwortung übernehmen/eine Leitungsfunktion inne haben und Prämien erhalten

## ➤ Karriereverlauf: Deutliche Sprünge anvisiert

- 63% möchte als Junior-Manager/in bzw. Referent/in direkt nach dem Masterabschluss in das Kommunikationsmanagement einsteigen
- Nach 3 Jahren: 68% wollen Projektleiter/in sein
- Nach 7 Jahren: 61% sehen sich als Senior-Manager/-in, 25% als Abteilungsleiter
- Männer sind deutlich ambitionierter als Frauen

## ➤ Gehalt

- Wunsch-Einstiegsgehalt bei durchschnittlich ca. 3200 Euro brutto pro Monat

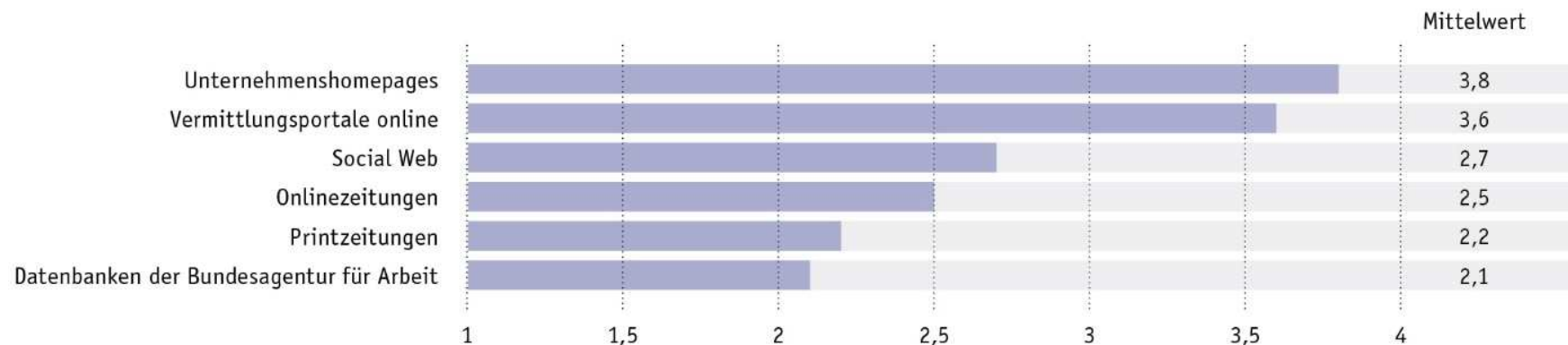
# Bewerbungsverhalten

## ➤ Wo informieren sich Bewerber über offene Stellen und potentielle Arbeitgeber:

- Wichtigste Quellen: Homepage des Unternehmens und Online-Jobvermittlungsportale
- Stellenzeigen im Social Web, Online- und Printzeitungen oder durch die Bundesagentur für Arbeit werden kaum wahrgenommen
- Persönliche Kontakte und Empfehlungen sehr wichtig

## ➤ 53% würden sich initiativ bewerben

**Abbildung 14: Relevanz von unterschiedlichen Informationsquellen bei der Stellensuche**



Angabe anhand der Skala von 1 (nutze ich auf keinen Fall) bis 4 (nutze ich auf jeden Fall)

n = 184-190