

STRATEGISCHE KOMMUNIKATION IM SCHNELLDURCHGANG

Die Grundausbildung der Deutschen Akademie für Public Relations (dapr)

AUS DER BERUFSWELT Was machen professionelle KommunikationsberaterInnen? Wie funktioniert PR? Kann ich als Übersetzer/ Dolmetscher in diesen Berufszweig hineinschnuppern, und lohnt sich das für die eigene berufliche Entwicklung?

Die Deutsche Akademie für Public Relations (dapr) bietet in Düsseldorf einen stringenten Lehrgang zum Beruf des PR-Beraters) an. Im vergangenen Jahr habe ich alle vier Module dieser „dapr-Grundausbildung“ absolviert. Ich fand sie sehr lohnend, auch wenn die Hürden zu einer selbstständigen beruflichen Tätigkeit in dieser Branche hoch sind.

DER EINSTIEG

Ich begann den Lehrgang im April vergangenen Jahres, kurz nach dem ersten Corona-Lockdown. Online, per Zoom, nicht wie geplant als Präsenzveranstaltung in einem Frankfurter Hotel. Nicht nur die ungewohnte Technik, sondern auch gleich der erste Arbeitsauftrag verwirrte mich. „Was ist ein ‚Konzept?‘“ Ein „Konzept“ – was das ist, das weiß doch wohl jeder, oder? Worauf will der Dozent hinaus?

Ich wäre weniger verwirrt gewesen, hätte ich ordentlich mit Modul I begonnen, nicht mit Modul IV, dem abschließenden. Ein paar Module und Monate später wusste ich dann nicht nur, wie ich Bildschirme teile, wie wichtig Kaffeepausen sind und wofür Breakout-Rooms da sind, sondern auch, was der Dozent mit seiner ersten Frage gemeint hatte: Es ging um das „Kommunikationskonzept“, aus dem sich die „Kommunikationsstrategie“ ableitet.

DER KURS

Strategie ist zentral in der PR. Was sie bedeutet, wie eine Kommunikationsstrategie aufgebaut und mit welchen Werkzeugen sie umgesetzt wird, wird in dem Lehrgang der dapr vermittelt. Die vier Module laufen jeweils über drei

Tage am Wochenende und bilden in sich geschlossene Einheiten.

In Modul I wird eine Einführung in das Berufsbild mit den geschichtlichen Hintergründen gegeben und es werden Anwendungsfelder von der Pressearbeit bis hin zur Krisenkommunikation vorgestellt. In Modul II geht es speziell um die Presse- und Medienarbeit und um das Schreiben von Presseinfos. Das dritte Modul hat die digitale Kommunikation zum Inhalt, von der Gestaltung von Websites bis zur Kommunikation über die Social-Media-Kanäle. Das vierte Modul nennt sich „Konzeptionswerkstatt“. Hier wird vermittelt, wie eine nachhaltige Kommunikationsstrategie aufgebaut und mit den Werkzeugen, die in den vorherigen Modulen erlernt wurden, wirkungsvoll umgesetzt wird.

STRINGENT KOMMUNIZIERT

Hut ab vor der Kurskonzeption! Zoom war kein Problem, und bei Aussetzern oder Bedienungsschwierigkeiten stand den Teilnehmenden immer sofort jemand zur Seite. Die Dozenten (keine Dozentin) waren außerordentlich gut vorbereitet und führten ihre Seminaranteile bestens organisiert, fokussiert und konzentriert durch.

Drei der Dozenten waren Buchautoren von „Standardwerken“ der PR in Deutschland (ich setze „Standardwerke“ in Anführungszeichen, weil ich nicht endgültig beurteilen kann, welchen Impact diese Bücher tatsächlich haben). Alle standen außerdem als PR-Berater aktiv im Geschäft. Selten habe ich so viel Inhalt so konzentriert und so gut vermittelt in einer Fortbildungsveranstaltung erlebt.

Die Teilnehmenden waren vor allem VolontärInnen in Agenturen und Kom-

munikationsabteilungen von Organisationen, Stiftungen und Unternehmen. Für sie erweitert und vertieft der Kurs schon vorhandene berufliche Erfahrungen. „Quereinsteiger“ wie mich gab es vereinzelt auch.

Meine eigene Motivation zu dem Lehrgang war es, mehr über Pressearbeit und über die Social-Media-Kommunikation zu erfahren. Einerseits habe ich als Übersetzerin und Lektorin im wissenschaftlichen Bereich viel mit Wissenschaftskommunikation zu tun. Andererseits hadere ich – vielleicht auch jahrgangsbedingt – mit den sozialen Medien und der darin üblichen (Selbst-)Darstellung. Presse- und Medienarbeit ist Thema des zweiten Moduls digitale Kommunikation und Social Media Inhalt des dritten Moduls. Und wenn schon zwei Module, warum dann nicht gleich den ganzen Kurs?

KURSGEWINN

Nun sind die Gesamtkosten von fast 3.900 Euro durchaus hoch. Lohnt sich der Aufwand? Es kommt darauf an, was man möchte. Zum einen ist es gar keine Frage, dass wirklich sehr viel Wissen vermittelt wird. Die Erkenntnisse des Kurses nützen jedem, der für sein eigenes Unternehmen Kommunikation betreiben will. Eine einmal ordentlich aufgebaute Kommunikationsstrategie kann einem über Jahre Zeit, Nerven und Ressourcen bei Akquise und Kundenpflege sparen.

DIE DAPR-GRUNDAUSBILDUNG

Inhalt des Kurses: Grundlagen und Anwendung der strategischen Kommunikation

Vier Module, jeweils im Dreitages-Wochenendblock (Freitag bis Sonntag). Normalerweise als Präsenzseminar in Düsseldorf oder Frankfurt. Bei Pandemie über Zoom.

Inhalt der einzelnen Module (auch einzeln buchbar):

- **Modul I:** Einführung, Grundlagen und Anwendungsfelder der PR
- **Modul II:** Presse- und Medienarbeit sowie Schreibwerkstatt
- **Modul III:** Grundlagen und Instrumente der digitalen Kommunikation
- **Modul IV:** Strategische Konzeption, Konzeptionswerkstatt

Die Module I bis IV werden im Abstand von zwei bis drei Wochen nacheinander angebo-

ten, sodass der Kurs am Stück etwa drei Monate dauert.

Nach Abschluss aller Module gibt es ein **Zertifikat** über die Teilnahme.

Es besteht auch die Möglichkeit einer **Prüfung** zum/zur KommunikationsreferentIn dapr bis zu zwei Jahren nach der Ausbildung.

Kosten: Pro Modul 1.100 Euro plus Mehrwertsteuer. Die gesamte Grundausbildung zusammen kostet 3.790 Euro. In meinem Fall gab es zusätzlich Rabatt, weil ich als Selbstständiger den Kurs selbst zahlen musste.

Zielgruppe: Im Wesentlichen Volontäre und Personen, die schon in Kommunikationsabteilungen oder PR-Agenturen arbeiten. Grundsätzlich können aber alle Interessierten teilnehmen.

Zum anderen kann die Prüfung zum/zur KommunikationsreferentIn (dapr) abgelegt werden. Diese Prüfung ist nach dapr-Angaben in der Branche ein hoch angesehener Qualifikationsnachweis. Um zugelassen zu werden, verlangt die dapr allerdings den Nachweis für praktische Erfahrung in professioneller Kommunikation.

Besonders Übersetzer, die viel für die PR-Branche arbeiten und z. B. bereits Suchmaschinen-Optimierung und

Transkreation anbieten, könnten also vom Lehrgang profitieren. Mit dem gewonnenen strategischen Wissen ließe sich ein weiteres berufliches Standbein als KommunikationsberaterIn aufbauen, z. B. für die Konzeption von Websites. Es lohnt sich also, über die Worte „Konzept“ und „Strategie“ einmal genauer nachzudenken. ■

Dr. Roswitha Harrer
mail@words4science.de

