

# Die unbekanntesten Global Players

**Unternehmenskommunikation wird immer internationaler. Doch über Profil, Unternehmenskontext und Qualifizierung deutscher PR-Fachleute mit weltweiten Zuständigkeiten ist nur wenig bekannt. Holger Sievert und Michael Thomann berichten über erste Befunde einer aktuellen Studie.**

Nicht nur Unternehmen, sondern auch deren Kommunikationsabteilungen agieren immer stärker über die Grenzen des vermeintlich „alten“ Europa hinweg. Das gilt keinesfalls nur für Großkonzerne, sondern auch für Mittelständler, die sich neue Märkte etwa in China erschließen wollen. Das erfolgreiche Management wirklich globaler Kommunikation wird deshalb in den nächsten Jahren zu einem Schlüsselthema nicht nur der Public Relations werden.

**Wer sind die Manager?** Doch wer sind in Deutschland überhaupt die Manager weltweiter Öffentlichkeitsarbeit? Erste Antworten hierauf geben Auszüge einer aktuellen Studie aus dem Sommer 2004, die im Auftrag von Bertelsmann Stiftung, Heinz Nixdorf Stiftung und DaimlerChrysler-Fonds erstellt wurde.

Fast die Hälfte (48 Prozent) der kommunikativen „Global Players“ stammt demnach aus Einrichtungen mit weniger als 200 Mitarbeitern, ein knappes Drittel hingegen (28 Prozent) hat mehr als 10.000 Beschäftigte. Wiederum rund die Hälfte der Befragten arbeitet zusammengenommen in den beiden Bereichen Chemie/Pharma (28 Prozent) sowie Telekommunikation/Medien (23 Prozent). Dagegen sind der Handel nur mit fünf und die Banken nur mit sieben Prozent vertreten.

Zum Vergleich: Bei allen PR-Befragten kommen 58 Prozent aus den erwähnten kleineren Firmen und elf Prozent aus Großunternehmen, nur exakt ein Fünftel arbeitet im Chemie- und Telekom-Bereich. Deutlich wird, dass Konzerne erwartungsgemäß oft weltweit kommunizieren, dieses Thema jedoch auch für kleinere Wirtschaftseinheiten immer wichtiger wird.

Der zumindest in der Theorie hohe Managementanteil gerade internationaler Kommunikationsarbeit lässt besonders viele klassisch ausgebildete Manager in weltweiten PR-Funktionen vermuten. Überraschenderweise ist dies bei den Befragten nicht der Fall. 41 Prozent der weltweiten PR-ler haben geistes- und sozialwissenschaftliche Fächer studiert, wirtschaftswissenschaftliche Disziplinen hingegen nur ein Fünftel.

Damit unterscheiden sie sich nur geringfügig von den Gesamtbefragten (44 und 20 Prozent). Inhaltlich messen die globalen Kommunikatoren dennoch den betriebswirtschaftlichen Kenntnissen für ihre Tätigkeit einen deutlich höheren Stellenwert bei als alle Befragten (40 zu 29 Prozent für „sehr wichtig“).

**Typischer Kommunikator** Der „typische“ weltweite Kommunikator in Deutschland präsentiert sich statistisch demnach wie folgt: ein mehr als 50 Jahre alter Mann mit geistes- und sozialwissenschaftlicher Ausbildung, der in einem mittelständischen Chemie- oder Telekommunikationsunternehmen arbeitet. Weitere differenzierende Untersuchungen, die im Vergleich dazu auch das Profil von deutschland- und europaweit zuständigen PR-Profis beleuchten, werden 2005/06 folgen.



*Die Autoren:  
Holger Sievert  
(oben) ist Project  
Director des  
Qualifizierungs-  
programms  
icommunicate! bei  
der Bertelsmann  
Stiftung. Michael  
Thomann studiert  
Kommunikations-  
wissenschaft an  
der Westfälischen  
Wilhelms-Univer-  
sität Münster.*

## Die Studie

wurde im Sommer 2004 für das Qualifizierungsprogramm icommunicate! von der Agentur komm.passion in Kooperation mit der Bertelsmann Stiftung und der TU München durchgeführt. Befragt wurden unter anderem 265 PR-Fachleute aus Unternehmen und Agenturen, von denen 60 laut eigener Aussage Kommunikation weltweit verantworten. Mit dem Thema „Managing international communication“ befasst sich auch ein Executive Training des Programms vom 2. bis zum 5. März im Schloss Bensberg bei Köln.

[www.communicate-program.de/et/international](http://www.communicate-program.de/et/international)