

Politik studiert – und dann?

VIELE MÖGLICHKEITEN FÜR ABSOLVENTEN :: Allrounder mit politikwissenschaftlichem Know-how sind überall gefragt, wo es um Kommunikation und Konzepte geht – in der Öffentlichkeitsarbeit ebenso wie im Consulting oder in der Meinungsforschung. Etwa die Hälfte der Politikabsolventen befasst sich auch im Beruf mit politischen Themen.

Was willst du denn mit dem Studium machen – etwa Bundeskanzler werden? Mit dieser Frage schlagen sich Politikwissenschaftler zwar deutlich seltener herum als früher. Was die Allrounder alles können und an Fähigkeiten mitbringen, hat sich auf dem Markt jedoch noch nicht flächendeckend herumgesprochen. »Man trifft eher auf Skepsis«, stellt Markus Hoppe fest. Nach dem Studium an der Uni Duisburg-Essen arbeitet der Diplom-Politologe als Assistent der Geschäftsführung bei einer Unternehmensberatung in Köln. »Ich widme mich querbeet den verschiedensten Aufgaben«, stellt der 27-jährige fest. Er begleitet Bewerbungsgespräche und setzt Qualitätssicherungsmaßnahmen in die Praxis um, plant Veranstaltungen und erstellt Wochenarbeitspläne für die Berater. »So lerne ich alle Prozesse im Unternehmen kennen.« Mittelfristig will er selbst als Unternehmensberater arbeiten. »Als Politikwissenschaftler bringt man viele Fähigkeiten für den Arbeitsmarkt mit: etwa Organisationstalent, analytisches Denkvermögen oder Rhetorik«, so Hoppe. »Im Bewerbungsgespräch sollte man diese Qualitäten allerdings auch entsprechend vermarkten, denn Arbeitgebern ist das oft gar nicht bewusst.«

Die Perspektiven für Politikwissenschaftler sind wesentlich besser als ihr Ruf. Nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit hat sich der Markt in den letzten Jahren ausgesprochen positiv entwickelt, die Arbeitslosigkeit ist sogar überdurchschnittlich zurückgegangen. Die Generalisten kommen überall unter, wo es um Planung, Organisation und Koordination geht. Im Key-Account-Management sind sie ebenso zu finden wie im Marketing oder in der Projektarbeit. »Wir stellen fest, dass Politikwissenschaftler in der Gesellschaft sichtbarer geworden sind«, betont Felix W. Wurm, Geschäftsführer der Deutschen Vereinigung für

Politische Wissenschaft (DVPW). »Ich brauche nur den Fernseher einzuschalten und sehe im Morgen- oder Mittagsmagazin Kollegen, die das Zeitgeschehen kommentieren.« Deutschlandweit befasst sich etwa die Hälfte der Absolventen beruflich mit politischen Themen, beispielsweise als Pressesprecher in Ministerien oder als Angestellte in Parteien, Verbänden, Stiftungen oder Gewerkschaften. Auch das Interesse der Privatwirtschaft steigt kontinuierlich. Ein breit gestreutes Spektrum also – allerdings mit einem entscheidenden Nachteil: Nur wenige Stellen sind auf die Ausbildung unmittelbar zugeschnitten. »Es gibt kein klares Berufsbild«, bestätigt DVPW-Geschäftsführer Wurm. Er betont jedoch vehement die Chance, die in der Vielzahl der Möglichkeiten liegt. »Schwierigkeiten beim Übergang in den Beruf sehe ich dort, wo Absolventen im Laufe des Studiums wenig Eigeninitiative gezeigt haben.«

Praktika machen und rechtzeitig die Fühler ausstrecken, lautet das Erfolgsrezept. »Entscheidend für den Erfolg meiner Bewerbung war weniger das Studium als vielmehr das, was ich nebenbei gemacht habe«, da ist sich Markus Hoppe sicher. Mit dem studentischen Dienstleister PSN hat er jahrelang Netzwerkarbeit und Werbung für die eigene Zunft betrieben. Und ganz nebenbei auch unternehmerisches Know-how gesammelt, das ihm im derzeitigen Job nun zugute kommt. »Wir haben zum Beispiel Events und Exkursionen organisiert, das Social-Marketing-Projekt »Duisburg in Europa« auf die Beine gestellt und als Dienstleister direkt für das politikwissenschaftliche Institut gearbeitet«, so PSN-Gründer Hoppe. Entstanden ist dabei auch eine im vergangenen Jahr vorgestellte Absolventenstudie. Die Umfrage zu Studium und Beruf hat zum Teil durchaus erstaunliche Resultate hervorgebracht. Danach ist für viele Politikwissen-



schaffler das Studium selbst in erster Linie ein Werkzeug zum Erlernen bestimmter Fähigkeiten, wie zum Beispiel Rhetorik. Beim Berufseinstieg ist das Fachwissen nicht selten erst im Zusammenspiel mit Nebenfächern und Schwerpunkten wertvoll. Besonders praktische Erfahrungen sind von unschätzbarem Vorteil: Den größten Erfolg versprechen Bewerbungen über Kontakte.

»Ohne ein persönliches Netzwerk geht es nicht!« Gregor Buschhorn spricht aus Erfahrung. Noch während des Studiums ging er persönlich Klinkenputzen im Bundestag. »Eigentlich wollte ich mich in der Krisenkonfliktforschung profilieren und lernen, wie sich diese Themen parlamentarisch umsetzen lassen.« Stattdessen wurde er Wissenschaftlicher Mitarbeiter bei einem wirtschaftspolitischen Abgeordneten, arbeitete dann als Re-

ferent und leitet heute das Büro der Parlamentarischen Geschäftsführung einer Bundestagsfraktion. Um Kommunikationsstrukturen kümmert sich der 40-Jährige ebenso wie um Kontakte zu Organisationen »im vorpolitischen Raum« oder Veranstaltungen der Bundestagsfraktion. Dabei muss er politisch immer auf dem Laufenden sein. »Kommt eine Anfrage von einer Arbeitsgruppe, die beispiels-

weise eine Diskussionsveranstaltung plant, muss ich das sofort einordnen können«, so Buschhorn. Passt das Thema in die politische Landschaft, macht es Sinn, es zu forcieren? »Ist dies der Fall, muss alles sehr schnell gehen. Wo sind Kontakte, und wie lässt sich das alles am besten umsetzen?« In Sitzungswochen – und davon gibt es im Schnitt etwa 25 im Jahr – ist sein Job besonders stressig. »Ein Zwölf-Stunden-Tag ist da Standard.«

Stefanie Badhofer, Wahlforscherin

Welche Partei würden sie wählen, wenn am kommenden Sonntag Bundestagswahl wäre? Die berühmte Sonntagsfrage ist Teil des ARD-Deutschland-Trends, mit dem Infratest Dimap pünktlich zum Monatsanfang aktuelle Ergebnisse zur Stimmung der Nation liefert. Montags werden die Fragebögen mit dem Sender abgestimmt, schon am Donnerstagabend flimmern die Ergebnisgrafiken über den Schirm. »An den Tagen geht's hier ründ«, sagt Stefanie Badhofer und lacht. Mit Zeitdruck kann die Politologin gut umgehen. Sie genießt es, wenn »so richtig der Baum brennt«. In der Wahlforschung ist sie da genau richtig. Es ist ein schnelles Geschäft, in Wahlkampfzeiten erst recht. »Dann bewegt sich die politische Landschaft, und wir sind ganz nah dran – das macht so richtig Spaß!« Die 27-Jährige arbeitet

seit Sommer 2008 als Projektleiterin bei Infratest Dimap in Berlin. In enger Zusammenarbeit mit den Auftraggebern entwickelt und verfeinert sie Fragebögen, bevor sie »ins Feld« gehen, und wertet die Ergebnisse anschließend tabellarisch und grafisch aus. »Häufig ist auch eine schriftliche Analyse gefragt.« Der Einstieg gelang der Politikwissenschaftlerin über ein Praktikum bei dem Wahlforschungsinstitut. Dann wurde die Bundestagswahl vorgezogen, Mitarbeiter waren dringend gesucht. Die Studentin blieb, als Projektassistentin. »Wahlen sind natürlich ein Highlight«, sagt Stefanie Badhofer. »Wir fangen jetzt schon an, die Bundestagswahl vorzubereiten und mögliche Szenarien zu entwerfen.« Den Wahlabend erlebt die Meinungsforscherin direkt im ARD-Studio, wo sie und ihre Kollegen auf Wunsch jede Grafik in Sekundenschnelle liefern. Neben Erhebungen zu Wahlen und Wahlstimmung geht das Team jedoch auch anderen Fragen auf den Grund, im Auftrag von Agenturen und Stiftungen zum Beispiel. Wie sieht es mit den Gerechtigkeitsvorstellungen in unserer Gesellschaft aus, oder wie reagieren Bürger auf die Finanzkrise? »Wir haben tagtäglich mit Anfragen aus verschiedensten Bereichen zu tun«, so Badhofer. »Diese Vielfalt ist das Schöne an meinem Beruf.«



Katja Rottmann, Referentin für Europapolitik

Die Wirtschaftskrise ist auch in Brüssel das Thema. In Ausschusssitzungen und Kommissionen, in Gesprächen mit Abgeordneten, Interessenverbänden und in den Fraktionen. Katja Rottmann ist im Umfeld der EU-Institutionen unterwegs und verfolgt mit der »grünen Brille«, was sich auf europapolitischer Ebene dort tut. Angestellt ist die Referentin bei der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen, ihr Arbeitsplatz ist in Brüssel. In dem vor zwei Jahren eröffneten Verbindungsbüro haben sich Vertreter aller Bundestagsfraktionen niedergelassen. So können sie sich aus nächster Nähe ein Bild davon machen, was in Sachen Europapolitik passiert. Katja Rottmann war von Anfang an dabei. »Meine Aufgabe ist es, frühzeit-

tig Informationen zu verschiedenen Themen zu sammeln und herauszufiltern, was für die Fraktion wichtig ist«, erklärt die Politikwissenschaftlerin. »Schließlich wirken sich die Entscheidungen in Brüssel immer stärker auf Berlin aus. Da ist es wichtig, dass die Bundestagsabgeordneten rechtzeitig informiert sind, um an den Entscheidungen mitzuwirken.« Die Referentin trifft sich mit Mitarbeitern der europäischen Grünen-Fraktion, nimmt an Sitzungen teil und hört sich bei den Umweltverbänden um. »Wichtig ist es, sich ein vielfältiges Kontaktnetzwerk aufzubauen«, betont die Dreißigjährige. Nicht zu vergessen: »Ich bin für alle Fragen zuständig, von der Forschung bis hin zu Migration.« Der Einstieg war eine Herausforderung. »Schließlich war ich hier die jüngste Fraktionsreferentin, unter fast ausschließlich männlichen Kollegen.« Der Studiengang »European Studies«, den sie in Osnabrück absolvierte, hat ihr den Start jedoch erleichtert. »Ich war schon im Rahmen von Praktika in Brüssel«, sagt Katja Rottmann. Auch einige ihrer ehemaligen Kommilitonen hat sie dort wiedergetroffen. »Als Assistenten von Abgeordneten, in Verbänden oder in den Public Affairs – eigentlich auf allen Ebenen der Europapolitik.«



Die Aufgabengebiete in den Fraktionen sind vielschichtig. Neben den Referenten der Funktionsträger, wie zum Beispiel denen der Fraktionsvorsitzenden oder der Parlamentarischen Geschäftsführer, gibt es auch die Referenten der sogenannten Facharbeitsgruppen, die sich in ihren Schwerpunktthemen an den Ausschüssen des Deutschen Bundestags orientieren. Neben Politologen finden sich in

der Praxis überproportional viele Juristen und Wirtschaftswissenschaftler auf diesen Positionen. »Wo es um Gesetze geht, müssen Anträge und Anfragen natürlich wasserdicht formuliert werden«, erklärt Gregor Buschhorn. »Auf der anderen Seite bringen Politikwissenschaftler eine natürliche Offenheit mit und agieren meist sehr viel flexibler«, beobachtet der Büroleiter. Der Schlüssel im Politikbetrieb: »Nur wer Mehrhei-

ten auf seine Seite bekommt, kann etwas durchsetzen und bewegen.« Welche Wege in die Fraktionen des Bundestags führen können, beschreibt die ehemalige Geschäftsführerin der Jungen Gruppe der Unionsfraktion, Katja Pohlmann. »Fraktionen greifen lieber auf Bewerber zurück, die schon über Berufserfahrung verfügen«, stellt sie in der Broschüre »Politikberatung als Beruf« fest. Eine Mög-

lichkeit ist der Einstieg als persönlicher Referent eines noch wenig bekannten Abgeordneten mit a sehbarem Karrierepotential. »Stedieser bei Gelegenheit innerhalb der Fraktion auf – so beispielsweise zum Arbeitsgruppenvorsitzenden oder parlamentarischen Geschäftsführer – steht es dem Abgeordneten frei, seine eigenen Mitarbeit anzunehmen.« Ein besonders günstiger Zeitpunkt für eine Bewerbung ist die Phase der Bun-



Pantea Khaledpour, PR-Managerin in der Logistikbranche.

Der Übergang vom Politikstudium in die Öffentlichkeitsarbeit war fließend. Freie Mitarbeit bei der Frankfurter Rundschau, Praktika in PR-Abteilungen bei der Hessischen Stiftung für Friedens- und Konfliktforschung und der Werbeagentur Leo Burnett, Berufseinstieg als PR-Assistentin beim Studentenwerk: »Eins ging ins andere über«, stellt Pantea Khaledpour fest. Seit Sommer 2008 arbeitet die Politologin bei der Frankfurter Miebach Consulting GmbH, einer Unternehmensberatung für Logistik. »Das sind zwar alles völlig verschiedene Welten und ganz andere Zielgruppen«, sagt die 33-Jährige. »Aber die Regeln sind immer dieselben, wenn es darum geht, ein Unternehmen möglichst gut zu präsentieren.«

Als PR-Managerin ist Pantea Khaledpour Ansprechpartnerin für Journalisten. Sie schreibt jedoch auch eigene Beiträge und Pressemeldungen für Fachmagazine und pflegt den Kontakt zu Redaktionen. »Mit Experten über die neuesten Techniktrends in der Logistik zu philosophieren, das war am Anfang durchaus auch mit Angst verbunden«, räumt sie ein, »doch die große Blamage ist glücklicherweise ausgeblieben.« Gründliche Heftanalyse vor Interviews, jede Menge Newsletter, in denen diskutiert wird, was in der Logistikbranche aktuell ist und – nicht zuletzt – der Austausch mit Kollegen haben ihre Sachkenntnis in kürzester Zeit geschärft. Inzwischen verfügt Pantea Khaledpour über ein solides Basiswissen – und weiß, wer bei Bedarf Detailinformationen liefern kann. Vieles erfährt sie beim gemeinsamen Mittagessen mit Ingenieuren und ITlern. »Dort höre ich, welche Projekte laufen, was in der Branche los ist und wo ein Thema für mich drinstecken könnte.« Von ihrem politischen Wissen profitiert die PR-Frau dabei sehr. »Die Wirtschaftskrise wirkt sich auch auf die Logistik aus«, betont die Politologin. »Die Verbindung von der Politik zur Wirtschaft zu ziehen habe ich gelernt.«



Patrick Keller, Außen- und Sicherheitsexperte

»Publizieren und Gespräche führen« – auf diesen Nenner bringt Patrick Keller seinen Job als Koordinator der Außen- und Sicherheitspolitik bei der Konrad-Adenauer-Stiftung in Bonn. Zum 60-jährigen Bestehen der Nato in diesem Jahr bezieht der promovierte Politikwissenschaftler ebenso Position wie zur künftigen Außenpolitik der Regierung Obama oder dem Bundeswehreinsatz in Afghanistan. »Eine Säule meiner Tätigkeit ist die praktische Politikberatung«, erklärt der Dreißigjährige. In unendlich vielen Gesprächen mit Abgeordneten und Referenten, Verbands- und Interessenvertretern, mit Rüstungslobbyisten oder Friedensforschern nimmt der Außen- und Sicherheitsexperte Witterung auf. Welche Themen lassen sich inhaltlich voran-

treiben, welche Fragen liegen in der Luft? Dazu erarbeitet er Veröffentlichungen, konzipiert begleitende Veranstaltungen und bereitet Informationen auf, um sie Parlamentarier, Wissenschaftlern oder Journalisten als Argumentationshilfe an die Hand zu geben. »So versuchen wir, die Öffentlichkeit für unsere Position zu gewinnen.« Beispiel Afghanistanpolitik: »Wir haben im Umgang mit dem Thema eine große Unsicherheit festgestellt«, so Keller. »Gefragt war eine klare Kommunikationsstrategie. Der Politikberater reagierte. Die Konrad-Adenauer-Stiftung lud einen Mitarbeiter aus Kabul nach Berlin, der über die Situation vor Ort berichtete. Patrick Keller erarbeitete zurzeit ein Positionspapier, das den Regierungseinsatz unterstützt und Empfehlungen an die Hand gibt. Schnell und anschaulich schreiben zu können ist eine der Voraussetzungen, um in der Politikberatung erfolgreich zu sein.« »Kein Abgeordneter liest sich durch verschachtelte Sätze, die brauchen ein kurzes Briefing.« Und: Man sollte während des Studiums viel gelesen und sich ein breites Wissen angeeignet haben. »Für langwierige Recherchen bleibt keine Zeit«, betont der Politikexperte. »Man agiert und reagiert basierend auf dem, was man zuvor gelernt hat

destagswahl, wenn die größten personalpolitischen Bewegungen anstehen. Wichtigste Voraussetzungen für jeden Referenten sind der Spaß am Umgang mit Menschen, eine schnelle Auffassungsgabe, ein sicherer Schreibstil und die Fähigkeit, auch unter großem Druck in kürzester Zeit verlässliche Ergebnisse liefern zu können.

Julia Thielicke hat nach vier Jahren im Büro eines Bundestagsabgeordneten die Seite gewechselt und arbeitet als Junior Consultant für die PRGS – Unternehmensberatung für Politik- und Krisenmanagement in Berlin. »Wir sind Vermittler zwischen Vertretern der Wirtschaft und der Politik und erklären sozusagen Unternehmen, wie Politik funktioniert«, sagt die Politikwissenschaftlerin. Die Public Affairs (PA) sind ein relativ neues Phänomen in Deutschland, die Branche ist jung und befindet sich noch im Aufbau. Es geht dabei nicht um öffentlichkeitswirksame Pressearbeit oder die Kampagne eines Ministeriums oder einer Partei. Im Auftrag ihrer Kunden ermitteln PA-Agenturen, wie sich Themen möglichst effektiv in der Politik platzieren lassen. »Wir bewerten und analysieren Anfragen unserer Auf-

traggeber, schätzen Trends und Entwicklungen ein und leiten daraus Handlungsempfehlungen ab«, beschreibt Julia Thielicke ihre Aufgaben als PA-Beraterin. Die Consultants ermitteln, welche Ansprechpartner im Bundestag für das jeweilige Thema relevant sind, treten an sie heran und bringen schließlich beide Seiten zum Gespräch zusammen. Mehrjährige praktische Erfahrung im politischen Management ist Voraussetzung, um als Junior Consultant in der PA-Beratung einzusteigen. »Viele Agenturen bilden ihr Personal intern aus und bieten mit einem Traineeship von ein bis zwei Jahren eine anerkannte Einstiegs- und Ausbildungsmöglichkeit an«, betont Nicole Beck, Senior Consultant bei PRGS.

Der Markt an externer Politikberatung ist groß – und ausgesprochen unübersichtlich. Kommunikationsagenturen, Unternehmensberatungen und Internetagenturen gehören ebenso zu den ständigen Dienstleistern wie Meinungsforscher und Werbeagenturen. Inhaltliche Unterstützung wiederum leisten Wissenschaft, politische Stiftungen und Thinktanks. »Es gibt eine Vielzahl von Agenturen und Verbänden, die sehr offen sind für

Politikabsolventen«, stellt Florian Busch-Janser fest. »Das Angebot ist sehr breit, bis hin zur Lobbyarbeit – für die braucht man allerdings Berufserfahrung.« Seine Berliner Firma für Personalmanagement vermittelt Young Professionals aus der Politik in die Wirtschaft. Im Auftrag von Agenturen und Verbänden sucht er dort nach vielversprechenden Talenten, um sie für die politische Kommunikation zu erwärmen – auch unter Studenten und Absolventen. Für besonders vielversprechend hält der Wirtschaftsjurist und Politikwissenschaftler den Einstieg bei einem der über 11.000 Verbände. Zum Vergleich: Mit inzwischen etwa 180 Kommunikationsagenturen fällt der Markt in den Public Affairs deutlich kleiner aus. Während in den PA-Agenturen eher Generalisten gefragt sind, suchen Interessenverbände wie etwa die Handelskammern Spezialisten. »Sich einen Überblick über den Markt zu verschaffen und »seinen« Verband zu finden ist zwar schwierig«, räumt Busch-Janser ein. »Wer jedoch über Praktika Anknüpfungspunkte hat und dieselbe Sprache spricht, weil er sich zum Beispiel schon mal mit Finanzderivaten beschäftigt hat, trifft auf offene Ohren.«



BUCHTIPP
Florian Busch-Janser, Sandra Busch-Janser, Mario Voigt (Hg.): Politikberatung als Beruf.
 BJP Edition, 2007, 124 Seiten

Was haben Politikberater in Parteien zu tun, und wie funktioniert Lobbying eigentlich wirklich? Das Buch versammelt Beiträge von Insidern aus Agenturen, Unternehmen, Verbänden und Wissenschaft und dient Studenten und Absolventen, die sich für einen Einstieg in die Branche interessieren, als Entscheidungshilfe. Zum Selbstkostenpreis von 10 Euro (inkl. Versand) ist das Buch über www.polisphere.de zu beziehen oder über Amazon.

Sie können auch eins von zehn Exemplaren gewinnen. Schicken Sie einfach eine Postkarte mit dem Stichwort »Politikberater« an: Frankfurter Allgemeine Hochschulanzeiger, 60267 Frankfurt. Einsendeschluss ist der 5. Juni 2009.

Die Würzburger medienakademie ist ein junges Dienstleistungsunternehmen für die Aus- und Weiterbildung der bedeutenden Medienhäuser in Mainfranken. Wir wollen den Medienstandort Würzburg überregional stärken und attraktive berufliche Entwicklungsangebote schaffen. Daher bieten wir die Aus- und Weiterbildung für und gemeinsam mit unseren Medienhäusern an.

WÜRZBURGER medienakademie

bietet ein abwechslungsreiches Trainee-Programm mit interessanten Karriereperspektiven:

Im Rahmen unseres zweijährigen Trainee-Programms haben Sie die außergewöhnliche Chance mehrere innovative Unternehmen der Medienbranche kennen zu lernen. Sie können sich mit den kompletten Produktportfolio von vier auch international tätigen Medienhäusern vertraut machen, eigenständige Projekte durchführen und begleitende Trainings absolvieren.

Am 1. Oktober 2009 starten wir unser diesjähriges

Trainee-Programm

für Hochschulabsolventen/innen (Uni/FH/BA) der Fachrichtungen

**Betriebswirtschaft
 Medien
 Informatik/Wirtschaftsinformatik**

sowie gerne auch für Absolventen/innen anderer Fachrichtungen, die Spaß an unserer Arbeit haben. Wenn Sie etwas bewegen wollen, überzeugend auftreten und hohen Einsatz zeigen, sind Sie bei uns herzlich willkommen.

Sie sind an einem Karrierestart in der Medienbranche interessiert?
 Dann senden Sie Ihre aussagekräftige Online-Bewerbung (1 PDF-Datei, maximal 1,5 MB) bis zum **15. Mai 2009** an elke.merwald@wuema.de. Fragen beantwortet Ihnen gerne Frau Dr. Jutta Moede (0931/4170-415).

Auf Ihre Bewerbung freuen wir uns!

WÜRZBURGER medienakademie GmbH
 Fichtestraße 9, 97074 Würzburg
www.wuerzburgermedienakademie.de

