

Zeitschrift: Bulletin des Schweizerischen Elektrotechnischen Vereins, des Verbandes Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen = Bulletin de l'Association suisse des électriciens, de l'Association des entreprises électriques suisses

Herausgeber: Schweizerischer Elektrotechnischer Verein ; Verband Schweizerischer Elektrizitätsunternehmen

Band: 65 (1974)

Heft: 10

Artikel: Schulung von PR-Mitarbeitern

Autor: Vickers, B.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-915413>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 07.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Schulung von PR-Mitarbeitern

Von B. Vickers

Public Relations ist ein sehr junger Beruf. Während der Lebenszeit der meisten von uns sind viele neue Berufe geprägt worden, um ausdrücklich den Bedarf der technologischen und sozialen Entwicklung zu füllen, die in jedem zivilisierten Land so schnell gewachsen ist. Vor wenigen Jahren noch wäre das aufgeweckteste Gehirn ein wenig verwirrt worden, um Bezeichnungen wie «Gesundheitsphysiker», «Computer-Operationsleiter», «Industrieverbindungs-Direktor», «Direktor des Wohlfahrts-Dienstes», «Verwaltungsberater» oder in der Tat «Public-Relations-Berater» zu definieren. Alle diese und viele andere Kenntnisse haben eines gemeinsam: Jede ist in unsere moderne Gesellschaft hineingewachsen, um einen spezifizierten und spezialisierten Bedarf zu erfüllen. Das kann man von Public Relations behaupten, aber in einer Beziehung ist Public Relations einmalig: Es ist der einzige Beruf, der erschaffen wurde, um grösseren Organisationen zu einem geplanten Ganzen zu verhelfen und dieses Ganze der Öffentlichkeit zu präsentieren. Je grösser die Organisationen, um so wichtiger ist die Rolle des Public-Relations-Mannes, andere Spezialisten dahin zu bringen, eine einheitliche Haltung anzunehmen und somit auf ein gemeinsames Ziel hinzuarbeiten. Diese Vorstellung führt zu der Grundphilosophie, dass die, die in Public Relations beschäftigt sind, ungewöhnlich weitreichende Kenntnisse erworben haben müssen; in einem Wort, es existiert kein menschliches Problem, das uns nicht in der einen oder anderen Beziehung angeht. Viel verlangt. Wie kommen wir mit diesen Anforderungen zurecht?

In den meisten europäischen Ländern hat sich der Public-Relations-Beruf mehr oder weniger in der gleichen Richtung entwickelt. Es kann daher angenommen werden, dass die Erfahrung in Grossbritannien als Basis für das genommen werden kann, was sich in einem mehr oder weniger grossen Ausmass in ganz Europa ereignet hat. Das Institut für Public Relations wurde in Grossbritannien 1948 gegründet. Sechzehn Jahre später wurde es offiziell als berufliche Einrichtung mit seinen eigenen Moralgesetzen anerkannt und hat heute 3000 Mitglieder.

Wie mit den meisten neuer und sich schnell entwickelnder Berufe sind die ersten Bewerber jetzt die Dienstältesten – oder werden es bald sein – und kamen aus allen möglichen Berufen. Viele waren Journalisten oder mit ähnlicher Ausbildung, und einige kamen aus dem Werbegeschäft oder Verkauf, einige hatten vorherige Verwaltungserfahrung, und wieder andere waren öffentliche Angestellte gewesen oder ehemalige Berufssoldaten; und die unvermeidliche Handvoll von «Aussenseitern der Gesellschaft» schlich sich ebenfalls

ein. Da keine anerkannten Trainingsmöglichkeiten existierten, war niemand in Public Relations ausgebildet.

Die Mehrzahl der Public-Relations-Stellen war nur unbestimmt definiert; Leute wurden angestellt, um sich der «Presse-Verbindung», «Öffentlichen Verbindung», «Öffentlichen Information» oder der «Öffentlichen Dienste» anzunehmen. Die Tatsache war, dass die meisten Arbeitgeber, einen Vertreter dieser Sparte anstellend, wenig Ahnung hatten, welche Resultate sie von ihm erwarten konnten oder sollten. Und da noch fast keine klaren Spezifikationen für diesen Job existierten, konzentrierte sich der neue Mann einfach auf die Dinge, von denen er am meisten verstand, der frühere Journalist gründete eine Hauszeitung, Werbefachleute konzentrierten sich auf Absatzreklame und der ehemalige Berufsoffizier übernahm die Leitung der Sportclubs.

An der Oberfläche gesehen, konnte man von dieser ersten Generation der Public-Relations-Leute schwerlich hochtragende Resultate erwarten, aber im grossen und ganzen erreichten sie in verhältnismässig kurzer Zeit eine Position von Ansehen und Einfluss. Tatsächlich hat dieser Beruf weit bessere Erfolge erzielt, als seine grössten und enthusiastischen Verteidiger zu hoffen gewagt hatten. Aber der Public-Relations-Stand ist im Wechsel begriffen.

In den öffentlichen und privaten Sektoren der Industrie, des Handels und der Regierung beginnt man beharrlich darauf zu bestehen, dass die Ausübenden der Public Relations qualifiziert sein sollten mit dem gleichen Status – und Bezahlung – wie gleichartige höhere Angestellte und dass ihr beruflicher Stand ein Gefühl für Autorität, persönliche Haltung und Diplomatie von höchstem Standard umfassen sollte.

Es ist wesentlich und von grösster Bedeutung für das Gedeihen des Public-Relations-Berufes, dass eine klar vorgezeichnete Leiter des Aufstiegs bis zur Führung von höchstem Niveau vorgezeichnet ist. Zurzeit ist das «mittlere Kader» die oberste Stufe für viele des engagierten Personals in dieser Branche. Ein trauriger Zustand, der viele fähige Männer zu anderen Berufen umschwenken lässt. Deshalb sind praktische Schulung und anerkannte Qualifikationen der Schlüssel für die Zukunft.

In den Anfängen des Public-Relations-Berufes kamen viele Bewerber aus anderen Berufen, während der Nachwuchs heute grösstenteils aus jungen Männern und Frauen besteht, welche diesen Beruf vorsätzlich als ihre Lebenskarriere wählen. Welche Art junger Menschen sollte von der Leitung angeworben werden? Wenn wir die Aufmerksamkeit des besten Materials erregen wollen, sind grössere Anstrengungen nötig – mit Sicherheit in Grossbritannien –, und der

Platz dafür sind Schulen und Ausbildungsanstalten, wo erklärt werden sollte, was Public Relations ist und was es als Karriere bietet. Junge Phantasie braucht Futter.

Da der Autor der Ansicht ist, dass «die beste Vorbereitung für die Welt die Welt selbst ist», findet er, dass der Neankömmling zu diesem Beruf sofort nach Schulbeendigung mit praktischer Ausbildung für wenigstens zwei Jahre beginnen sollte, bevor eine Berufsqualifikation oder Universitätsgrad versucht werden soll.

In den letzten Jahren hat das britische Institut für Public Relations einen bemerkenswerten Fortschritt im Bildungsstandard des Berufes gemacht. Zum erstenmal in der Geschichte der Public Relations gibt es jetzt eine berufliche Qualifikation, die unter dem Namen «C.A.M. Diplom in Public Relations» bekannt ist. CAM (the Communication, Advertising and Marketing Education Foundation) ist ein national anerkanntes System, welches berufliche Qualifikationen für das gesamte Gebiet der öffentlichen Verbindungen gewährt.

Die Gründung wird von folgenden nationalen Organisationen gefördert:

- Das Institut für Public Relations
- Die Gesellschaft für Propaganda
- Die Vereinigung von Werbepraktikern
- Die Gesellschaft für Handelsverkehr
- Die Gesellschaft für Handelsverkehrs-Forschung
- Das Institut für Absatzgebiete
- Die Gesellschaft für Leiter der Industriewerbung
- Die Vereinigung für britische Werbefachleute

Die für die verschiedenen Kurse eingetragenen Studenten kommen meistens aus Grossbritannien, aber seit dem Beginn der CAM vor vier Jahren operieren Kurse in überseeisch eingerichteten Instituten wie in New York, Hongkong, Brasilien, Singapur, Neuseeland und Frankreich, um nur einige zu nennen.

Der erste Weg eines Studenten auf dem Gebiet der Public Relations, im Alter von 18 Jahren und mit den nötigen Schulabgangszeugnissen versehen, ist der, ein Mitglied des Instituts für Public Relations zu werden (im angemessenen Rang der Mitgliedschaft). Die Bedeutung dieser Anforderung versichert, dass der Kandidat die Bräuche des Instituts weiss und akzeptiert. Nehmen wir an, dass er der Public-Relations-Abteilung eines grösseren Unternehmens beitrifft, wo praktische Tag-zu-Tag-Erfahrungen – und ermutigt von seinen älteren Kollegen – ihm bald das Vertrauen geben sollten, einem wichtigen und ehrenhaften Beruf anzugehören. Bei Fortschritt seines Trainings wäre es wünschenswert, wenn eine vorübergehende Versetzung zu anderen Abteilungen der Organisation vorgenommen würde. Ist er z. B. in einem Elektrizitätsunternehmen beschäftigt, so würde sein Verständnis für die Zusammenhänge dieser Industrie durch einen etwa zweimonatigen Aufenthalt in einem Vorführungsraum, einem Kraftwerk, in der Finanzabteilung, in einem ländlichen Depot und in einem Büro für industrielle Beziehungen wesentlich verbessert. Durch Vermittlung der UNPEDE würden zeitweilige Austausche des jüngeren Public-Relations-Personals eine ausgezeichnete Horizonsverbreiterung sein. Diese Austausche können zusätzlich zum normalen Training angegliedert werden.

Sein akademisches Training sollte in erster Linie darauf gerichtet sein, das CAM-Zeugnis entweder durch Tages-

oder Abendklassen zu erwerben. Nach Erwerbung des CAM-Zeugnisses (Grad I und Grad II) ist er nach weiterem Studium geeignet, sich dem Schlussexamen für das CAM-Diplom zu unterwerfen. Das Diplom wird von dem Wissenschafts- und Erziehungsministerium als gleichwertig zu den Standard-Qualifikationen der Bücherrevisoren und geprüften Sekretären angesehen.

Im Januar 1974 führte der Verwaltungsausschuss der CAM ein neues System ein, nach welchem die dienstälteren Public-Relations-Praktiker mit langer Erfahrung jetzt in der Lage sind, das Diplom nur mit dem Schlussexamen zu machen (vorausgesetzt, dass die Anmeldung 1974 erfolgt). Das bedeutet, dass die mit 10 Jahren Erfahrung von den Zwischenprüfungen für das CAM-Zeugnis befreit sind. (Die bis heute sehr ermutigende Reaktion der älteren Mitglieder des Public-Relations-Berufs sollte ein gutes Beispiel für die jungen Kollegen sein.)

Hier sind zwei Kommentare zu den CAM-Kursen:

a) Die heutige Gesellschaft unterliegt überall einem galoppierenden Wechsel, und das grosse Problem in den kommenden Jahren könnte sehr wohl im Gebiet der industriellen Beziehungen liegen. Der Autor begrüsst daher die starke Betonung, die auf dieses Thema in den Kursen «Menschliche Beziehungen in Industrie und Handel» gelegt wird, und schlägt in unserer eigenen Industrie vor, dass die Public-Relations-Exekutive und ihr Personal in Zukunft gezwungen sein sollen, mehr Aufmerksamkeit darauf zu legen, die äusserst komplizierten industriellen Beziehungen zu verstehen.

b) Seit die europäischen Nationen versuchen (wenigstens versuchen), eine engere Zusammenarbeit zu erzielen, scheint es zunehmend sichtbar zu sein, dass in den verschiedenen Ländern die Berufsgenossen genötigt sein werden, enger mit ihren Nachbarn zusammenzukommen. Diese Zusammenarbeit verschiedener Nationalitäten dieses Standes wird voraussichtlich zu einem grösseren Grad der Übereinstimmung im Standard der beruflichen Qualifikationen führen. Der Autor schlägt vor, dass die beruflichen Public-Relations-Organisationen in Europa jetzt anfangen, die Möglichkeiten für Entwicklung einer «Höchstgrad»-Qualifikation zu erforschen, die von den Public-Relations-Praktikern in ganz Europa erreicht werden könnte.

Die Idee ist, dass in jedem Land das Public-Relations-Personal erst ein Diplom oder einen Universitätsgrad des betreffenden Landes erwerben sollte, um dann nach Wunsch und weiterem Studium die international anerkannte Qualifikation zu erreichen, die z. B. einer Promovierung der Universität gleichkommt.

Das CAM-Diplom in Public Relations ist zugegebenermassen ein bemerkenswerter Fortschritt in der Erhöhung des Standards dieses Berufes in Grossbritannien, aber es ist nur der Anfang. Beharrlicher Druck der qualifizierten Praktiker wird die Universitätsakzeptierung von Public Relations als Resultat haben (ohne Zweifel in Schottland).

Soweit hat dieser Bericht sich nur mit denen beschäftigt, die Public Relations als ersten Beruf erwählt haben. Aber es besteht das delikate Problem der Aufsaugung «reifer» Leute, die einer Public-Relations-Organisation aus anderen Branchen der Öffentlichkeit, für welche sie bereits lange qualifiziert sind, beigetreten sind, wie z. B. industrielle Journalisten, Produktionsleiter einer Werbefirma oder graphische Zeich-

ner mit Universitätsgrad. Diese Leute sind in ihrer Branche Spezialisten, aber die Tatsache, dass sie zu Public Relations übergewechselt haben, macht sie nicht über Nacht zu Spezialisten in dieser Sparte. Sollten sie sich nicht der neuen Disziplin und der Schulung einfügen, besteht die Gefahr, dass sie in ihrer Arbeit steckenbleiben, ohne die Chance einer Beförderung zu haben. Ein solcher Mann mit dieser bitteren Erfahrung kann einen schlechten Einfluss auf den Geist einer Mannschaft ausüben (und was ist in Public Relations schlimmer als ein zerstörter Mannschaftsgeist?).

Der Autor fühlt mehr, als er weiss, dass die Antwort von der Geschäftsleitung gegeben werden muss und dass die Information, die Ermunterung, von oben kommen muss.

Zeitweilige Versetzungen auf andere Plätze und andere Aufgaben helfen Schranken niederreissen und begünstigen das Verständnis. Diese Versetzungen bewirken ebenfalls erweiterte Kenntnisse in vielen anderen Gebieten. Die in unserer eigenen Industrie zur letzten Beförderung ausgewählten Leute sollten Gelegenheit erhalten, dies zu tun, damit sie sehen und gesehen werden und auf diese Weise von den Kollegen anderer Abteilungen akzeptiert werden. Internationale Austausche und Fremdspracheninstruktionen des Personals sollten ebenfalls als wesentliche Bestandteile der Schulung für das mittlere Kader akzeptiert werden. Teilnahme an Seminaren und kurzen Trainingskursen sollte ermutigt werden. In Grossbritannien hält die Universität bereits Kurse ab, welche an der Grenze der Public-Relations-Themen liegen, und es besteht Grund zur Annahme, dass die Kommunikationsrolle in Zukunft einen grösseren Platz einnehmen wird. Und natürlich darf das bereits erwähnte CAM-Diplom nicht vergessen werden.

Zusammenfassung

Der Anfang dieses Berichtes gab zuerst das klar Erkennbare an; Public Relations ist immer noch ein relativ neuer Beruf, der in unglaublich kurzer Zeit viel erreicht hat.

Die Nachfrage für die Dienste der Öffentlichkeitsarbeit wächst ständig, und dies wird voraussichtlich auch so bleiben. (Nur ungefähr drei Fünftel der Industrie in Grossbritannien haben vollangestelltes Public-Relations-Personal oder verpflichten einen Berater.) Ethischer Standard ist durch die eigenen Moralgesetze des Instituts für Public Relations verbürgt. Es besteht nunmehr eine klar etablierte Berufsqualifikation, und die Universitätsanerkennung ist als fast sicher zu erwarten.

Wir in der Elektrizitätsindustrie sind besonders glücklich, einer Industrie anzugehören, die eine sichere Zukunft von fortgesetzter Ausdehnung vor sich hat. Ein anderer glücklicher Umstand ist, durch UNIPED international eng zusammengeschlossen zu sein. Alles zusammengekommen, sind wir eine sehr attraktive Industrie für jeden lebhaft interessierten jungen Menschen, und der bereits erzielte Fortschritt in der Public-Relations-Branche sowie die vorliegenden Pläne sind alle sehr ermutigend. Für diejenigen von uns, die sich in der Industrie schon mit Öffentlichkeitsarbeiten befassen, wird es eine Herausforderung sein, unsere jungen Kollegen für die höchsten Positionen aus- und heranzubilden.

Adresse des Autors:

Basil Vickers, Public Relations Officer, South of Scotland Electricity Board
Cathcar House, Inverlair Avenue, Glasgow G44 4BE.