

Northern European Studies – and then what?

A video series on career prospects by j o l n e s

Transkription Episode 5: Communication Advisor

Tim Kötting, Alumnus Universität zu Köln

Hallo, mein Name ist Tim Kötting. Ich habe Skandinavistik, Mittlere und Neue Geschichte sowie Europarecht an der Universität zu Köln studiert und dort 2009 meinen Magisterabschluss gemacht.

WIE KAM ES, DASS DU SKANDINAVISTIK STUDIERT HAST?

Zum Ende meiner Schulzeit hin, hatte ich noch keinen klaren Blick dafür, wohin meine Ausbildung eigentlich gehen soll. Ich hatte aber zwei große Interessen zu der damaligen Zeit. Das eine war das Erlernen von Sprachen, das zweite war Skandinavien, insbesondere Schweden als Reiseland und auch als Kulturland. Dass es in der Tat eine Ausbildung geben würde, die das ganze verbindet, das war mir nicht bekannt, bis zu dem Zeitpunkt, als mir eine Bekannte, die in der Tat an der Universität zu Köln studiert hat, den Hinweis gab, dass es eben Skandinavistik als Fach dort gibt.

WIE BIST DU AN DEN JOB GEKOMMEN?

Ich habe während des Studiums ein Praktikum im Europäischen Parlament gemacht, bei einem Abgeordneten. Der hat damals schon Kontakte zu meinem jetzigen Chef unterhalten. Als zum Ende meines Studiums dann meine jetzige Firma einen Praktikanten mit einer gewissen Perspektive und Skandinavieninteresse gesucht hat, hat dieser besagte Abgeordnete meine Kontaktdaten weitergeleitet. So haben wir uns dann gefunden. Ich habe dann das Praktikum angetreten, kurz vor Ende meiner Studienzeit, und seitdem ist mich meine Firma nicht mehr losgeworden.

WELCHE AUFGABEN BESTIMMEN DEN ARBEITSALLTAG EINES *COMMUNICATION ADVISOR*?

Ich arbeite bei EHRENBURG SØRENSEN Kommunikation. EHRENBURG SØRENSEN Kommunikation ist eine Agentur mit Sitz in Hamburg, Kopenhagen, Stockholm und Malmö. Unsere Dienstleistungen bestehen aus Marken-PR, Public Affairs und strategischer Kommunikationsberatung. In meinem Alltag habe ich auf der einen Seite einen sehr administrativen Fokus. Ich verantworte das Geschäft des deutschen Standortes, d.h. sowohl

in inhaltlicher und methodologischer Hinsicht, als auch in Personalhinsicht und nicht zuletzt auch in Budgethinsicht. Es gibt auch einen sehr starken operativen Teil, da geht es darum Kommunikationsleitlinien und –botschaften aufzustellen und zu vermitteln, insbesondere an die Politik, aber auch an die Öffentlichkeit, den Kontakt mit Medien und politischen Entscheidungsträgern zu suchen, um letzten Endes die Rahmenbedingungen in denen unsere Kunden als Unternehmen operieren zu verbessern. Ganz konkret heißt das zum Beispiel, dass Presseanfragen und politische Fragen mit den entsprechenden vorgegebenen Textblöcken und Botschaften beantwortet werden. Es gibt auch einen starken inhaltlichen, analytischen Teil, in dem man sich besonders stark mit den Herausforderungen und aktuellen Ereignissen im Umfeld der Kunden auseinandersetzt. D.h. dass man sich natürlich erst einmal klarmachen muss, wo unsere Kunden operieren, was ihre Herausforderungen sind und wie das Ganze im politischen oder im medialen Umfeld einzubetten ist. Man lernt auch relativ viel darüber, was die Kunden eigentlich machen und das ist auch notwendig, denn am Ende sollte man auch nur darüber reden, was man auch verstanden hat.

GIBT ES SKANDINAVIENBEZÜGE IN DEINER ARBEIT?

Ja, es gibt eine Menge Skandinavienbezüge in meiner Arbeit. Das determiniert sich natürlich auf der einen Seite durch die verschiedenen Unternehmenssitze, die wir haben. Ich habe sie schon genannt: Hamburg, Kopenhagen, Stockholm und Malmö als Standorte unserer Agentur. Das zweite ist der Punkt, dass 85 Prozent der Unternehmen, die wir vertreten, skandinavisch sind und die restlichen 15 Prozent auch irgendetwas mit Skandinavien zu tun haben. Ich nenne da als Beispiel mal Ostseehäfen, von denen aus viele Fähren nach Skandinavien fahren, nach Schweden, Norwegen, Dänemark. Im Alltag heißt das, dass man viel mit Skandinaviern selber zu tun hat, dass man sich auch sprachlich mit denen auf Interskandinavisch, so nennen wir das gerne, austauscht. Ob das jetzt Dänisch, Schwedisch oder Norwegisch ist, spielt am Ende nur eine untergeordnete Rolle. Man versteht sich dann doch irgendwie, sogar die Dänen. Was auch wichtig ist, ist, dass ich von Anfang an eine sehr skandinavisch geprägte Arbeitskultur erleben durfte. Dass was jetzt in Coronazeiten auch in deutschen Unternehmen überall Einzug hält (Homeoffice, flexibles Arbeiten, eher ergebnisorientiert, als präsenzorientiert) ist eigentlich etwas, was ich seit mehr als zehn Jahren im Job mache und ich glaube, dass das natürlich auch mit der skandinavischen Prägung der Agentur zu tun hat.

VON WELCHEN KOMPETENZEN AUS DEM STUDIUM PROFITIERST DU BIS HEUTE?

Sprache ist definitiv ein wichtiger Faktor, weniger im Gesprochenen, denn letzten Endes spricht jeder Skandinavier Englisch. In Deutschland ist es mittlerweile auch Usus, dass die Uni-Absolventen ein ziemlich anständiges Englisch sprechen - man versteht sich schon. Das wollen wir in diesem Fall auch nicht überbewerten. Wo ich es persönlich wichtig finde, die Sprachkompetenz zu haben, ist in der Tat im politischen Bereich, wenn es um Texte geht. Ich

fühle mich einfach sicherer, wenn ich bestimmte politische Texte noch einmal qualitätssichern kann, bevor ich die dann aus dem skandinavischen Original an deutsche Entscheidungsträger weitergebe.

WELCHE INHALTE AUS DEM STUDIUM HELFEN BEI DEINER ARBEIT?

Insbesondere im Hauptstudium hat sich dann herausgestellt, dass man sich in der Skandinavistik nicht nur mit literarischen Texten oder mit alten Sagas auseinandersetzen muss. Das hat mir damals auch in der Tat ganz gut gefallen, dass man auch einen etwas stärkeren Realitätsbezug dahingehend hergestellt hat, dass man auch etwas jüngere Geschichte in den Blick genommen hat, dass man auch soziologische und politische Entwicklungen stärker vermittelt hat. Da profitiere ich in der Tat insofern von, dass mir die Unterschiedlichkeiten, die man historisch, soziologisch oder politisch in den einzelnen Ländern feststellen kann, deutlich zupasskommen, denn es geht in der Kommunikation immer um Details. Es geht um kleine Nuancen. Wenn man dann ein Gefühl dafür hat, dass das Gegenüber nicht nur Skandinavier ist, sondern eben Däne, Schwede oder Norweger, dann kann man die Kommunikation entsprechend anpassen. Ich glaube, das hilft einem auch dabei erfolgreich zu kommunizieren.

WELCHE TIPPS MÖCHTEST DU STUDIERENDEN MITGEBEN?

Ich bin da ein bisschen zwiespalten. Ich habe während meines Studiums selber nie so gerne gehört, dass Praktika absolut notwendig sind und dass man davon möglichst viele machen soll, bevor man auch eine Karriere starten kann. Das sehe ich mittlerweile auch ein wenig anders, weil ich selber Personalverantwortung tragen darf. Ich stelle fest, dass diejenigen Kandidaten für mich deutlich interessanter sind, die ein bisschen nach links und rechts geschaut haben, sich im medialen Umfeld, im politischen Umfeld oder sich vielleicht in Unternehmen schon einmal ein bisschen erprobt haben, bisschen wissen, wie auch Unternehmen funktionieren. Wer es schafft oder die Möglichkeit hat, während des Studiums auch durch eine vielleicht etwas breiter aufgestellte Fächerwahl z.B. in Wirtschaft oder in Recht sich ein bisschen umzuschauen, das ist etwas, wo ich auch sagen würde, dass gerade in der politischen Kommunikation das nur von Vorteil sein kann.

WELCHE VORTEILE HAT ES, EIN KLEINES FACH WIE SKANDINAVISTIK ZU STUDIEREN?

Der Vorteil bei kleinen Fächern ist, dass man Einblick in Themen bekommt, die in der Öffentlichkeit nicht so groß stattfinden und dass man vielleicht auch eine Liebe dafür entwickelt, sich mit Details auseinanderzusetzen und seine Offenheit beibehält. Das ist sicherlich etwas, das Skandinavistik leisten kann, etwas das auch andere vergleichbar kleine Fächer leisten können. Ich glaube auch, dass, wenn man Skandinavistik studiert, man auch einen gewissen Mut an den Tag legt. Auf der einen Seite natürlich gegenüber den Leuten, die

einen ständig fragen, na ja, gut Skandinavistik: Willst du nicht auch mal an später und an das Geldverdienen denken und so weiter? Auf der anderen Seite auch für einen selber, denn, wenn man es am Ende schafft, das durchzuziehen und das auch zu machen, was man gerne machen möchte, dann glaube ich, stärkt es einen auch in seinem Selbstbild und in seinem Selbstbewusstsein. Das kann, aus meiner Sicht, nur positiv sein. Als letzten großen Vorteil würde ich eigentlich nennen, dass man immer ein Smalltalk-Thema hat. Sobald man mit mehreren Leuten zusammenkommt, in einem beruflichen Kontext oder in anderen Kontexten und man die gegenseitigen Hintergründe abfragt: da kann man mit Skandinavistik schon mal ein bisschen punkten und ein bisschen was erklären, also genau das, was einen früher eigentlich in Verlegenheit gebracht hat, ist eigentlich das, was einem dann zum Vorteil gereicht. Insofern, Skandinavistik studieren, es gibt viele gute Gründe dafür, macht was draus.

Credits

The interview was conducted on September 08 2020 via Zoom.

Interviewed by:	Anja Ute Blode, Anne-Katrin Heinen
Cinematography and Editing:	Celine Junk, Janine Klösges, Adam Polczyk
Transcript by:	Anja Ute Blode, Anne-Katrin Heinen
j o l n e s – Design:	Heide Matz
Produced by:	University of Cologne, Department for Scandinavian and Finnish Studies