



Universität Hamburg

DER FORSCHUNG | DER LEHRE | DER BILDUNG

Praktikumsbericht

Hamburg Institut

Januar 2021 – Juni 2021

Felix Meyer-Wyk

Abgabedatum: 02.06.2021

Universität Hamburg

Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften

Fachbereich Sozialökonomie

M.Sc. Interdisziplinäre Public und Nonprofit Studien

Prof. Dr. Silke Boenigk

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	III
Vorstellung des Hamburg Instituts	1
Tätigkeitsbereiche und Aufgaben	3
<i>a) Externe Kommunikation für das HI</i>	<i>3</i>
<i>b) Die interne Kommunikation für das HI.....</i>	<i>4</i>
<i>c) Die externe Kommunikation für Kund:innen</i>	<i>5</i>
Darstellung des Arbeitsalltags	7
Reflexion.....	10

Abkürzungsverzeichnis

CD	Corporate Design
e.V.	Eingetragener Verein
GmbH	Gesellschaft mit begrenzter Haftung
HI	Hamburg Institut
HIC	Hamburg Institut Consulting
HIR	Hamburg Institut Research
HKN	Herkunftsnachweise
NGO	Non-Governmental Organizations
PUNO	Interdisziplinäre Public und Non-Profit Studien

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das alte Logo (li.) und das neue Logo des HI im Vergleich 4

Abbildung 2: Eine für einen öffentlichen Auftraggeber entworfene und betreute Website 6

Vorstellung des Hamburg Instituts

Heutzutage besteht große Einigkeit, dass der Klimawandel aufgehalten oder zumindest verlangsamt werden muss. Dabei besteht allerdings Uneinigkeit bei der besten Vorgehensweise und Unsicherheit bei der genauen Umsetzung. Das Hamburg Institut (HI) setzt mit seiner Tätigkeit an genau dieser Schnittstelle an, indem es zu individuellen Lösungen für die Energiewende forscht und berät. Besonderer Fokus liegt dabei auf der Entwicklung von Strategien und Konzepten zur sicheren und gemeinwohlorientierten Energieversorgung auf der Basis erneuerbarer Energien. So werden die unterschiedlichsten Akteur:innen durch Beratung zu wirtschaftlichen, rechtlichen und technologischen Aspekten dabei unterstützt, ihre Energieerzeugung und -versorgung nachhaltig zu gestalten. Was ist die beste Lösung für die jeweilige Problemstellung? Diese Frage hilft das HI seinen Kund:innen zu beantworten. Dank der verschiedenen beruflichen Hintergründe aus Politik, NGOs und Wirtschaft sowie einer Vielzahl an akademischen Spezialisierungen in den eigenen Reihen setzt das Hamburg Institut dabei auf die vorhandenen Erfahrungen ebenso wie auf interdisziplinäre Ansätze und aktuelle Forschung. Die Projektvielfalt reicht somit von der Entwicklung eines Klimaschutzgesetzes in einem Bundesland sein bis hin zur Planung eines Neubauquartiers oder der Unterstützung eines Konzerns bei der Umstellung seiner Produktion auf klimaneutrale(re) Prozesse.

Derzeit arbeiten ca. 20 Personen für das HI, wobei die aktuell steigende Nachfrage nach den bereits skizzierten Lösungen das HI stetig wachsen lassen. Die Arbeit des Instituts ist dabei in zwei Geschäftsbereiche organisiert. Die HIC Hamburg Institut Consulting GmbH übernimmt die Beratung der Auftraggeber:innen, während die HIR Hamburg Institut Research als gemeinnützige Gesellschaft wissenschaftliche Studien erstellt. Dabei liegt der Schwerpunkt der Arbeit auf anwendungsnaher Forschung zu Energie- und Umweltpolitik. Neue Forschungsaufträge werden zum Teil selbstständig identifiziert oder aber durch Kund:innen in Auftrag gegeben. Bei wiederum anderen Projekten wird sich auf öffentlich ausgeschriebene Aufträge, beispielsweise vom Bundesumweltministerium, beworben. Wie in der Wissenschaft üblich, kann die Bearbeitung eines Projekts mehrere Jahre dauern, wobei wissenschaftliche Paper zum aktuellen Bearbeitungsstand und ersten Erkenntnissen kontinuierlich veröffentlicht werden.

Die Ergebnisse des HIR bildet auch, zumindest in Teilen, die Grundlage für die Arbeit der Kolleg:innen bei Hamburg Institut Consulting (HIC). Wie der Name jedoch suggeriert, steht hier die Beratung im Vordergrund. Welchen Umfang und Schwerpunkt diese Beratung hat, hängt von den Wünschen und Bedürfnissen der Auftraggeber:innen ab. Grundsätzlich berät das HI sowohl öffentliche Kund:innen unterschiedlicher Größe als auch private Unternehmen. Als

Beispiele können hier sowohl verschiedenen Ministerien und Behörden einzelner Bundesländer, NGOs und e.V.s wie EnergieVision oder diverse Verbraucherzentralen genannt werden.

An dieser Stelle ist zu betonen, dass es sich beim HIR und HIC nicht um zwei getrennte Unternehmen handelt und gerade die inhaltliche und personelle Verknüpfung zwischen beiden Geschäftsbereichen zu einer schnellen und zielgerichteten Einbindung der wissenschaftlichen Erkenntnisse, angepasst an die Wünsche und Vorgaben der Kund:innen, führt. Inhaltlich erstreckt sich der Kompetenzbereich des HI somit auf die Themen der grünen Nah- und Fernwärme, Wärmespeicher, Ökostrommarkt, klimaneutrale Unternehmen und Verwaltungen, Herkunftsnachweise (HKN), Stromkennzeichnung, Klimaschutzpolitik, kommunale Mobilität, Fördermittelbeschaffung und Investitionen und Geschäftsmodelle. Zusätzlich ist das HI mittlerweile Teil der Averdung Ingenieure & Berater GmbH, wodurch den Kund:innen nun Beratung entlang der gesamten Wertschöpfungskette einer ganzheitlich gedachten Energiewende angeboten werden kann.

Abschließend ist zu betonen, dass das hohe Maß an Professionalität und Fachwissen ergänzt wird durch die Leidenschaft der Angestellten und Geschäftsführer, die sich dem Ziel der sozialgerechten Energiewende verschrieben haben und diese Überzeugung in die alltägliche Arbeit einfließen lassen. So sehr dies auch wie eine Plattitüde klingen mag, wird im Gespräch mit Kolleg:innen doch schnell deutlich, wie überzeugt alle von Ihrer Arbeit sind und wie stark das eigene Beitragen zum Gesamtziel die Belegschaft motiviert.

Tätigkeitsbereiche und Aufgaben

Meine Beschäftigung beim Hamburg Institut begann im Januar 2021 als Werkstudent im Kommunikationsbereich. Wie im Bewerbungsgespräch angedeutet wurde ich Teil eines kleinen Teams, in dem auch eine weitere Werkstudentin gleichzeitig anfang. Die Aufgabenbereiche, in denen ich eingesetzt waren, lassen sich wie folgt kategorisieren: a) die externe Kommunikation für das HI b) die interne Kommunikation für das HI und c) die externe Kommunikation für die Kund:innen. Im folgenden Kapitel werde ich meine Aufgabenstellungen in den einzelnen Bereichen erläutern.

a) Externe Kommunikation für das HI

Wie für jedes Unternehmen ist auch für das HI die einheitliche Kommunikation und Vermittlung der eigenen Aktivitäten und Erfolge von Bedeutung. Aufgrund der Dynamik und des Wachstums der letzten Jahre, sollten daher die Präsentation der externen Kanäle aktualisiert werden. Nicht zuletzt wegen des Zusammenschlusses mit Averdung sollte ich gleichen Zuge auch das Corporate Design (CD) überarbeitet werden, da das bisherige Auftreten beider Unternehmen sich zwar ähnelte, aber dennoch deutliche Unterschiede aufwies.

Für uns als Kommunikationsteam fiel somit die Aufgabe an, die Website vollständig neu aufsetzen zu lassen und sowohl Konzeption als auch Inhalt neu zu erarbeiten. Das Ergebnis musste sich dabei anhand von drei Kriterien messen lassen. Natürlich sollten Aufbau und Design der Website ein modernes Erscheinungsbild geben und zum Auseinandersetzen mit den Inhalten einladen. Zugleich sollte trotz aller Modernität immer noch deutlich werden, dass es sich um ein seriöses Unternehmen handelt, dass eindeutig über einschlägiges Wissen und Kompetenzen im Bereich der Energiewende und der oben aufgelisteten Unterthemen verfügt und sogar selber forschend tätig ist. Dies beinhaltet sowohl die Darstellung der Tätigkeitsbereiche, als auch der bisherigen Aufträge und Kund:innen sowie die Präsentation der Mitarbeitenden, inklusive deren Erfahrungen und wissenschaftlichen Veröffentlichungen. Zuletzt war es ebenso von großer Bedeutung, dass bei der Gestaltung darauf geachtet wurde, dass sowohl private wie öffentliche Kund:innen und Forschungsgeldgeber:innen sich angesprochen und die für sie jeweils relevanten Informationen schnell finden konnten. All diese Gedanken prägten Design, Aufbau und Input der Website und führten zu einem Ergebnis, das modern im Erscheinungsbild, aber sachlich und seriös im Inhalt ist.

In diesen Prozess floss natürlich auch das erneuerte Corporate Design ein, das parallel entwickelt wurde. Während der Prozess auch im nächsten Unterkapitel noch ausführlicher beschrieben wird, war es bei der Überarbeitung der externen Kanäle vor allem wichtig, dass

Schrift, Farbgebung und neues Logo sich zwar sowohl vom bisherigen Auftritt als auch von dem anderer Unternehmen absetzen, ohne jedoch einen zu großen Bruch darzustellen. Dabei mussten auch die bisherigen Vorgaben von Avedung beachtet werden. Gleichzeitig war es vor allem bei den externen Kanälen jedoch wichtig, dass die Darstellung bei sämtlichen Nutzer:innen und mobilen Endgeräten funktionierte. Vor allem die Schrift, die eigens fürs HI konzipiert wurde, musste diesem Test standhalten und auch auf älteren Geräten angezeigt werden. Auch diese weitere Herausforderung wurde jedoch rechtzeitig wahrgenommen und ihre Implikationen auf die Erstellung der Website angewandt.



Abbildung 1: Das alte Logo (li.) und das neue Logo des HI im Vergleich

b) Die interne Kommunikation für das HI

Da das Corporate Design zukünftig sämtliche Kommunikation des HI bestimmen sollte, musste dies auch intern abgestimmt und mit allen Mitarbeitenden koordiniert sein. Dies betraf die technische Implementation auf sämtlichen Arbeitscomputern, aber vor allem die Absprache zu den neuen Vorgaben und Besonderheiten. Im Rahmen dieses Austauschs offenbarten sich schnell etliche Herausforderungen. Zum einen war es für viele nach der jahrelangen Nutzung des alten Designs nun eine größere Umstellung als zunächst angenommen, zum anderen waren aber auch einige Prozesse an das alte Design gebunden und mussten erst auf das neue CD angepasst werden. So arbeiten viele der Kolleg:innen mit anderen Forschungsinstituten oder Kund:innen gemeinsam in Dokumenten, die regelmäßig hin- und hergeschickt werden. Das oben geschilderte Problem der Anwendbarkeit der Schrift offenbarte sich hier direkt, da Kontaktpersonen in anderen Einrichtungen nicht über die HI-Schrift verfügten und diese auch nicht öffnen konnten. Auch die verschiedenen Arbeitsbereiche beklagten einen immensen Aufwand in der Umstellung, da sie, vor allem bei öffentlichen Auftraggeber:innen, gewisse Formatierungen abgesprochen hatten und diese nun nachträglich angepasst werden mussten. Besonders bei kontinuierlich veröffentlichten Dokumenten, so ein weiterer Einwand, sei ein Bruch im Erscheinungsbild natürlich unvermeidlich.

Diese Hinweise wurden vom Kommunikationsteam ernst genommen und, wo möglich, eingearbeitet. Da das umfangreiche Ändern des Corporate Designs für die unterschiedlichen Anwendungsbereiche aber nicht möglich war, wurde den Kolleg:innen in der Umsetzung der

neuen Anforderungen entgegengekommen. Nach individueller Absprache in Hinsicht auf die Hürden für die tägliche Arbeit, wurden vom Kommunikationsteam individuelle Vorlagen erstellt, die für die einzelnen Projekte oder Veröffentlichungsarten konzipiert wurden. Dabei wurde sowohl auf die persönlichen Präferenzen der Kolleg:innen als auch auf die Absprachen mit den Kund:innen Rücksicht genommen.

c) Die externe Kommunikation für Kund:innen

Ein wesentlicher Bestandteil meiner täglichen Arbeit war außerdem die Kommunikationsberatung und -unterstützung für unsere Kund:innen. Dabei handelte es sich vornehmlich um öffentliche Auftraggeber:innen oder e.V.s, was die Art der Kommunikation beeinflusste.

Eine meiner Hauptaufgaben war die Konzeption und redaktionelle Begleitung einer Projektwebsite. Gemeinsam mit einer anderen Forschungseinrichtung bewarb sich das HI auf Ausschreibung des Bunds, in dem es hauptsächlich um das Entwickeln neuer Ansätze für eine CO₂-neutralere Industrie ging. Nachdem die Bewerbung erfolgreich war und die Forschung begann, sollte zusätzlich eine Website eingerichtet werden. Denn bei einer Laufzeit über mehrere Jahre war es im Interesse des Geldgebers und der Institute, über den Fortschritt der Ausarbeitung regelmäßig zu informieren und gleichzeitig Stakeholder anzusprechen. Da es sich um öffentliche Gelder handelte, war eine transparente Dokumentation besonders wichtig, ebenso wie die Möglichkeit, die Veröffentlichungen einfach und kostenlos herunterladen zu können. Als wir die Website entwickelten und programmieren ließen, bildeten all diese Überlegungen die Grundlage. Natürlich wurde außerdem ausdrücklich auf die beteiligten Institute, ebenso wie die die Förderung durch öffentliche Gelder hingewiesen. Die Texte hierfür, sowie die Gedanken zur Ausgestaltung und Bildsprache wurden zum großen Teil von mir entworfen und mit der Kommunikations- und Projektleitung abgesprochen. So entstand eine Website, die den Besucher:innen einen einfachen, transparenten Überblick über das Projekt gab und gleichzeitig im weiteren Verlauf der Arbeit einfach aktualisiert werden konnte, um neuste Erkenntnisse und Arbeitspapiere veröffentlichen zu können.

Darüber hinaus war ich auch an klassischeren Formen der PR beteiligt. Für einen e.V. unterstützte ich zum Beispiel bei der redaktionellen Erstellung von Newslettern, die einmal im Quartal versendet wurden. Bei dieser Aufgabe, ebenso wie bei der Website, bestand für mich persönlich eine Herausforderung in der Einarbeitung in die fachspezifischen Begriffe und Zusammenhänge. Da ich nicht nur grob den Inhalt der Projekte verstehen, sondern die genauen Punkte so sehr verinnerlichen musste, dass ich für die Veröffentlichung bestimmte Texte

formulieren konnte, war eine zeitintensive Einarbeitung notwendig. Trotz all meiner Bemühungen, waren natürlich dennoch Korrekturschleifen und Unterstützung durch den Rest des Teams notwendig (s. nächstes Kapitel).

Insgesamt waren meine Tätigkeiten von Abwechslung geprägt. Da ich bereits einige berufliche Vorerfahrung mitbringen konnte, wurde mir von Beginn an vermittelt, dass man mich vielseitig einsetzen wollte, was so auch geschah. Die verschiedenen Aufgaben hielten dabei völlig unterschiedliche Herausforderungen und Erfolge bereit, wobei sie zu keinem Zeitpunkt überwältigend wirkten.

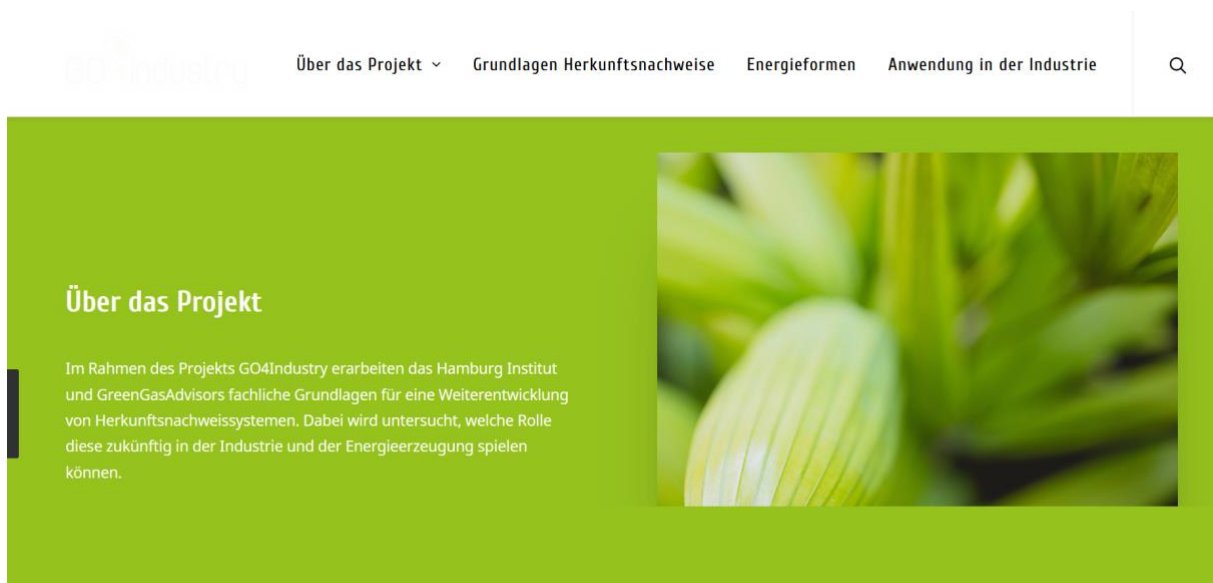


Abbildung 2: Eine für einen öffentlichen Auftraggeber entworfene und betreute Website

Darstellung des Arbeitsalltags

Der Alltag war Corona-bedingt vom digitalen Arbeiten geprägt. Begonnen beim Bewerbungsgespräch, über die Einarbeitung bis hin zum täglichen Arbeiten wurde alles digital erledigt. Da ich erst im Januar 2021 beim HI begonnen habe, konnte man allerdings bereits spüren, wie routiniert und souverän die Online-Zusammenarbeit mittlerweile im Unternehmen war. Dies wurde bereits an meinem ersten Arbeitstag deutlich, als mir mein Arbeitslaptop inklusive Tutorial zur Einarbeitung per Kurier zugestellt wurde und ich problemlos die ersten Schritte zuhause alleine erledigen konnte. Auch die anschließende Einarbeitung in die Themen sowie die ersten Gespräche mit den Team-Kolleg:innen an den ersten Tagen liefen digital und angenehm. Da das Team selbst recht klein ist, hatte ich schnell alle kennengelernt und konnte mich mit ihren jeweiligen Aufgabenbereichen und Schwerpunkten vertraut machen.

Nachdem ich einen ersten Überblick über Strukturen und Themenfelder gewonnen hatte, begann die inhaltliche Arbeit. Im Regelfall bekam ich eine größere Aufgabe, die mehrere Arbeitstage zur Bearbeitung benötigte. Zu Beginn klärte meine Chefin mit mir jedes Mal das Timing ab und betonte vor allem zu Beginn meiner Beschäftigung, dass ich als Werkstudent natürlich das Studium zu priorisieren habe und Bescheid sagen müsste, welche Tage jede Woche für mich am besten passten. So konnte ich meine 16 Stunden einteilen und die Arbeitstage auch von Woche zu Woche variieren, wenn nötig. Diese Freiheit und Unterstützung zu erhalten, war enorm hilfreich, um besonders während der stressigen Prüfungsphase nicht in zeitliche Bedrängnis zu geraten.

Sobald ich eine Aufgabe erhalten hatte und die Rahmenbedingungen zur Erledigung geklärt waren, konnte ich mich meist auf diese konzentrieren und in meinem Tempo abarbeiten. Wenn ich Rückfragen hatte, konnte ich mich jederzeit an mein Team wenden, wobei die rein digitale Kommunikation hierbei natürlich ihre Tücken bei der Verfügbarkeit oder verzögerten Rückmeldung wegen Parallelterminen bereithielt. Sobald ich eine Aufgabe fertig gestellt und an meine Chefin zum Gegencheck oder Weitergabe geschickt habe, erhielt ich oft sehr präzises Feedback. Dies fiel zumeist positiv aus, an den noch zu überarbeiteten Stellen waren die Rückmeldungen präzise und hilfreich bei der Revision. Wenn Texte oder Vorlagen jedoch an Dritte innerhalb der Projekte weitergeleitet wurden, konnte es teilweise zu verzögerten und missverständlichen Rückmeldungen kommen, da die Kommunikation hier nicht so eingespielt war. Dies stellte natürlich keine unlösbare Herausforderung dar, war aber ein Kontrast zur Team-internen Arbeit.

Insgesamt versuchten wir im Team, uns trotz der physischen Distanz jede Woche zu vernetzen. Dazu gehörte beispielsweise ein regelmäßiges Videotelefonat zu Beginn der Woche, das

sowohl für den kurzen privaten Austausch als auch die Koordination der Aufgaben genutzt wurde. So konnte man problemlos Rücksprache zu einzelnen Projekten halten, ein Zeichen geben, wenn man Hilfe oder mehr Zeit benötigte oder andere Fragen stellen. Darüber hinaus gab es eine ähnliche Runde auch jeden Montag für die gesamte Belegschaft, in der die Geschäftsführer über aktuelle Projekte und Entwicklungen berichteten. Die Runden waren ungezwungen und angenehm und halfen dabei, alle Kolleg:innen zumindest digital einmal gesehen zu haben und Namen, die man aus Mails kannte, mit Gesichtern in Verbindung zu bringen. Um den Austausch noch weiter voranzutreiben, habe ich außerdem mit der anderen Werkstudentin des Kommunikations-Teams noch ein regelmäßiges Telefonat organisiert, da wir das Gefühl hatten, uns so besser kennenzulernen und gleichzeitig bei unseren gegenseitigen Aufgaben besser unterstützen zu können. Diese drei Termine halfen dabei, die Nähe zu den Kolleg:innen aufzubauen und über die Ereignisse innerhalb des Unternehmens informiert zu bleiben, ohne zu viel Arbeitszeit zu rauben. Dennoch bleibt festzuhalten, dass die komplette digitale Remote-Arbeit natürlich auch ihre Schwächen hat. Ich habe bis heute niemanden persönlich getroffen und würde behaupten, dass auch die scheinbar nebensächliche Kommunikation am Platz fehlt. Dabei geht es sowohl um das bessere Kennenlernen aber auch das beiläufige Einsteigen in die Themen des Unternehmens, in dem man das Gespräch zwischen zwei Kolleg:innen mitbekommt oder spontan in ein Meeting eingeladen wird. Da im Home Office nur die aktive und bewusste Kommunikation stattfindet, bleiben diese Elemente der Büroarbeit unerfüllt. Dies bedaure ich sehr, da ich gerade in meinen vergangenen Jobs diese als sehr wichtig erachtet habe.

Dennoch lässt sich festhalten, dass die Unterstützung und der Versuch der Einbindung seitens des Unternehmens und meines Teams definitiv stattfanden. Egal ob es um die inhaltliche Einarbeitung und Beantwortung von Rückfragen oder die persönliche Kontaktaufnahme ging, das Angebot war da. Hierfür konnten wir Werkstudenten die wöchentlichen Telefonate nutzen, aber auch jederzeit die Team- oder Büroleitung kontaktieren. Diese Offenheit erwies sich als große Hilfe, da man keine Scheu hatte, auch mehrere Fragen hintereinander zu stellen. Darüber hinaus gab es diverse Vorträge, an denen auch wir Werkstudierenden teilnehmen konnte. Diese deckten vor allem inhaltliche Fragen zur Energiewende ab, aber auch Einführungen in die Bedienung verschiedener Programme.

Außerdem fanden etliche Veranstaltungen nach Feierabend statt, zu denen wir Werkstudierende auch selbstverständlich eingeladen waren. So gab es beispielsweise eine digitale Neujahrsfeier, bei der wir dabei waren, außerdem traf sich regelmäßig eine Gruppe nach der Arbeit zum

digitalen Stammtisch oder Spieleabend, auch hier waren wir eingeladen und bekamen auch das Gefühl, tatsächlich gerne gesehen zu sein. Anders als bei anderen Arbeitgeber:innen meiner Vergangenheit bekam man aber auch nicht den Eindruck vermittelt, dass zumindest gelegentlich die eigene Anwesenheit erwartet werde, was ich wiederum ebenfalls als sehr angenehm empfand.

Insgesamt war der digitale Arbeitsalltag gut umgesetzt und durch feste Telefonate, spontane Anfragen und Weiterbildungsangebote wurde darauf geachtet, dass ich die Unterstützung bekam, die ich benötigte. Auch die persönliche Zusammenarbeit und Umgang waren angenehm, sowohl im eigenen Team als auch im gesamten Unternehmen. Da die Arbeit allerdings überhaupt nicht in Präsenz stattfand, war es für mich trotzdem schwierig, eine persönliche Beziehung zu den Kolleg:innen aufzubauen und ich glaube, dass auch das Arbeitsverhältnis im gewissen Maße darunter gelitten hat, dass jeder Schritt seit der Einarbeitung nur digital stattfinden konnte. Dies ist jedoch schlichtweg der aktuellen Lage geschuldet und kein Vorwurf an das HI, das sich um eine gute inhaltliche und persönliche Einbindung bemüht hat.

Reflexion

Auf die Stelle beim Hamburg Institut habe ich mich bereits in den ersten Wochen des Studiums beworben. Dies geschah aus einer persönlichen Motivation heraus, meine bereits erworbenen Kommunikationsfähigkeiten aus mehreren Jahren Berufserfahrung in einem anderen Bereich anzuwenden und zu vertiefen, der stärker als meine bisherigen beruflichen Stationen zur Erarbeitung nachhaltiger Problemlösungen beiträgt. Die gleiche Motivation war auch der Grund für mein Studium des M.Sc. „Interdisziplinäre Public und Non-Profit Studien“ (PUNO) an der Universität Hamburg. Bei der Wahl meiner Kurse im ersten Semester habe ich versucht, den Fokus auf gesellschaftliche Themen zu legen und mich für Kurse wie „Nachhaltigkeit als sozialer Konflikt“ oder „Organizing in Times of Crisis“ eingeschrieben. Da das erste Semester noch im großen Maße von Pflichtmodulen geprägt war, konnte ich allerdings nur begrenzt auf die Kurse Einfluss nehmen. Im zweiten Semester, beginnend im April 2021, verfügte ich über mehr Wahlfreiheit und nutzte diese, um mein persönliches Interesse stärker in die Kurswahl einfließen zu lassen und belegte Kurse zu internationalem Umweltrecht und Wissenschaftskommunikation. Daher diente mir die Arbeit im HI seit Beginn des Jahres vielmehr als eine Vorschau der Praxis, deren Eindrücke ich in mein weiteres Studium einfließen lassen konnte.

Zum einen wurde mir bewusst, wie gerne ich im Bereich der Kommunikation arbeite. Die Vermittlung von Themen und Inhalten hat mich bereits in früheren Beschäftigungen begeistert und auch beim Hamburg Institut war dies der Fall. Wie ich gelernt habe, macht es dabei einen enormen Unterschied, für welche:s Unternehmen oder Auftraggeber:in die Kommunikation koordiniert werden soll. Besonders die Anforderungen für öffentliche Kund:innen unterschied sich stark von den mir bisher von privaten Unternehmen bekannten Vorstellungen. Diese Feinheiten kennenzulernen und umzusetzen, hat mir großen Spaß bereitet und bot mir viele Möglichkeiten, mich selber weiterzubilden. Teil dieses Erkenntnisgewinns war die Vermittlung von komplexen, wissenschaftlichen Themen, wie sie beim HI regelmäßig publiziert werden. Diese Inhalte unterscheiden sich von den mir bekannten PR-Mitteln, egal ob Interviews, Pressemitteilungen oder Social Media, in fast jeglicher Hinsicht, nicht zuletzt bei ihrer Aufbereitung, Länge und Komplexität. Die Vermittlung dieser Inhalte und die damit verbundene Kunst, jegliche Sachverhalte in verständlicher Sprache auszudrücken, ohne die Erkenntnisse ungenau darzustellen, stellte eine große Herausforderung dar, an der ich persönlich wachsen konnte. Meine Wahl des Kurses zur

Wissenschaftskommunikation im aktuellen Semester war eine direkte Reaktion auf diese Erkenntnis.

Darüber hinaus habe ich mich in meiner Entscheidung bestätigt gesehen, aus einer Agentur zu einem Arbeitgeber wie dem Hamburg Institut zu wechseln. Natürlich ist der eigene Einfluss sehr gering, zumal als Werkstudent. Dennoch motiviert es mich, für ein Unternehmen zu arbeiten, dessen Geschäftsmodell die Unterstützung einer sozial gerechten Energiewende ist. Gerne möchte ich daher auch zukünftig für Arbeitgeber:innen tätig sein, die auf ähnliche Weise zu nachhaltigen Lösungen für aktuelle gesellschaftliche Themen beitragen. Dieser Gedanke war auch meine Motivation für das Einschreiben in den PUNO-Master und die bisher gemachten Erfahrungen im HI zeigen mir, dass ich die richtige Wahl getroffen habe. Gerne würde ich im weiteren Verlauf des Masters auch noch weitere praktische Erfahrungen, ob durch Werkstudententätigkeit, Praktikum oder Ehrenamt, im öffentlichen oder Non-Profit Bereich sammeln, um ein noch umfassenderes Bild der Jobmöglichkeiten nach dem Studium zu erhalten.

Die größte Hürde war und ist die inhaltliche Komplexität beim Hamburg Institut. Erfahrungsgemäß ist eine vertiefte Kenntnis der zu kommunizierenden Themen von großem Vorteil, auch wenn sie nicht zwangsweise eine Voraussetzung sein muss. Auch wenn mir klar war, dass ich mich erst in die Themen der Energiewende einarbeiten müsste und dies auch im Bewerbungsgespräch kommuniziert habe, war ich von der Komplexität der Inhalte überrascht. Selbstverständlich war mir bewusst, dass ich nicht von Beginn an den Arbeiten der Wissenschaftler:innen vollständig folgen könnte. Unerwartet, und anders als bei meinen bisherigen Arbeitgeber:innen war jedoch, dass dies beinahe sämtliche Arbeitsbereiche betraf und sich auch nach einiger Zeit nicht wesentlich änderte. Für mein Studium hatte dies die Folge, dass ich gezielt einen Kurs zum internationalen und europäischen Umweltrecht belegt habe, um mich so der Materie zu nähern. Zum jetzigen Zeitpunkt beschäftigt mich allerdings die Frage, inwiefern ich mir mit meinem politik- und kommunikationswissenschaftlichen Hintergrund im Rahmen des PUNO-Masters jemals ein so vertieftes Wissen aneignen kann, dass ich die beschriebene Diskrepanz zum inhaltlichen Stand bei Arbeitgeber:innen wie dem HI überbrücken kann. Wie angedeutet halte ich es nicht für nötig noch realistisch, als Kommunikationsberater über das gleiche Wissen wie die inhaltlichen Expert:innen zu verfügen. Wenn die Differenz jedoch zu groß ist und man sich

somit den Themen nie wirklich nähern kann, wirkt sich dies aber auch die Fähigkeit aus, jene Themen wiederum zu kommunizieren.

Abschließend bin ich daher froh über meine Beschäftigung beim Hamburg Institut. Zum einen, weil das Arbeitsverhältnis fair, freundlich und unterstützend war. Zum anderen, weil ich meinem Wunsch nachgehen konnte, bei einem gemeinwohlorientierten Unternehmen zu arbeiten und mich so mit der Frage auseinandersetzen konnte, wie ich meine Fächerwahl im Master ausrichten sollte, um langfristig in einem solchen Bereich arbeiten und zufrieden sein zu können.