GPRA YP INSIDE PULSE

AUSGABE 3

The Consulting Promise

NOVEMBER
2026

gpra
Young Professionals

INHALT

VORWORT	2
KEY PULSES	3
SAMPLE	4
KAPITEL 1: DER EINSTIEG	5
KAPITEL 2: DIE STÄRKEN	6
KAPITEL 3: GRÜNDE, ZU BLEIBEN	9
KAPITEL 4: DIE ZUKUNFT	11
BACKMATTER	13
METHODIK	14

VORWORT

Liebe Leser:innen,

"Würde ich mich nochmal für die Kommunikationsberatung entscheiden?". Diese Frage fiel fast schon beiläufig einer Diskussion im Kreis der GPRA Young Professionals. Es folgte ein Gespräch über die Gründe für den Einstieg in die Beratung und über die Stärken, die man mitbringt und im Berufsalltag entwickelt. Aus dem Bauch heraus konnten viele YPs schnell sagen, warum sie sich für die Beratung entschieden hatten. Es gab ein Gefühl dafür, was für Charakteristika Personen mitbringen, die gerne in der Beratung arbeiten. Ein Gefühl dafür, welche Stärken man in diesem Beruf über die letzten Jahre besonders entwickelt hat. Aber so richtig quantifizieren konnten wir diese Dinge noch nicht. Geboren war das Thema der dritten Ausgabe des Inside Pulse.
Mit dieser Ausgabe möchten wir Young Professionals und allen, die noch überlegen, in die Kommunikationsberatung einzusteigen, eine fundierte Perspektive bieten: Wir zeigen, was Menschen an diesem Beruf reizt, was sie darin hält und welche Fähigkeiten sie mitbringen und weiterentwickeln.

Wir möchten uns beim Präsidium der GPRA für die besondere Unterstützung dieses Projekts und der GPRA Young Professionals im Allgemeinen bedanken. Sie haben uns darin bestärkt, als Young Professionals eine eigene Perspektive zu entwickeln und diese mit dem Inside Pulse sichtbar zu machen. Ein besonderer Dank geht an Kirsten Leinert für ihre Beratung während des Projekts sowie an Isabelle Hoyer aus der GPRA-Geschäftsstelle für ihre wertvollen Impulse. Und natürlich danken wir den Kommunikationsberatungen in der GPRA. Sie ermöglichen es ihren jungen Kolleg:innen, sich bei den Young Professionals einzubringen, Verantwortung zu übernehmen und Projekte wie dieses mitzugestalten. Ohne diese Zeit, das Vertrauen und den Support wäre der Inside Pulse nicht möglich gewesen.

Viel Freude bei der Lektüre!

Alessa Cramer und Hendrik Stamm
Sprecher:innen der GPRA Young Professionals

KEY PULSES

Was wir herausgefunden haben

65 %

ERLEBEN IHRE ERWARTUNGEN ALS ERFÜLLT

Der Einstieg in die Arbeitswelt hält für viele, was er verspricht. Fast zwei Drittel der Befragten empfinden, dass ihre Erwartungen an die Arbeit in einer Kommunikationsberatung erfüllt wurden.

50 %

HALTEN ES FÜR WAHRSCHEINLICH, DER KOMMUNIKATIONSBERATUNG TREU ZU BLEIBEN

Die Hälfte der Befragten hält es für sehr oder eher wahrscheinlich, auch in drei Jahren noch in einer Kommunikationsberatung zu arbeiten.

› TEAM
› ABWECHSLUNG
› LERNEN

TOP-GRÜNDE DAFÜR, DASS YOUNG PROFESSIONALS BLEIBEN

Für Young Professionals sind vor allem ihr direktes Arbeitsumfeld und die Möglichkeiten, mehr zu lernen, überzeugende Gründe für die Arbeit in einer Kommunikationsberatung.

SAMPLE

Wen wir befragt haben

Der Inside Pulse macht die Perspektive von Young Professionals in der Kommunikationsberatung sichtbar. Befragt wurden Mitarbeitende aus GPRA-Mitgliedsagenturen, die höchstens fünf Jahre Berufserfahrung haben.

Im Mittelpunkt stehen die Erfahrungen und Einschätzungen dieser frühen Berufsjahre: Was prägt den Einstieg in die Kommunikationsberatung? Welche Fähigkeiten entwickeln sich im Arbeitsalltag? Was motiviert Young Professionals, in der Branche zu bleiben – und welche Bedingungen wünschen sie sich für ihre weitere Entwicklung?

Insgesamt nahmen 61 Personen an der Umfrage teil; 60 Antworten entsprachen dem definierten Sample und bilden die ausgewertete Befragtengruppe. Untermauert wurden die quantitativen Ergebnisse durch drei Fokusgruppen, die während eines Monthly Calls der GPRA Young Professionals durchgeführt wurden.

Die Ergebnisse stehen für die Erfahrungen der befragten Young Professionals aus GPRA-Mitgliedsagenturen. Sie sind nicht als repräsentatives Abbild der gesamten Kommunikationsbranche zu verstehen.

Abwechslung steht an erster Stelle

Wenn junge Berater:innen an ihren Einstieg in die Kommunikationsberatung zurückdenken, waren es vor allem vielfältige und abwechslungsreiche Themen, steile Lernkurven, kreatives und konzeptionelles Arbeiten sowie die Möglichkeit, früh Verantwortung zu übernehmen, die sie von der Beratung überzeugt haben. Young Professionals (YPs) kamen mit einem klaren Gestaltungswillen in den Beruf und dem Wunsch, etwas zu bewegen. Jobsicherheit und eine attraktive Vergütung spielten bei ihren Erwartungen an den Beruf eine eher untergeordnete Rolle. Im Vordergrund standen vor allem inhaltliche Aspekte und die eigene Entwicklung.

Diese Erwartungen treffen auf eine Arbeitswelt, die sich technologisch verändert. Mehr als die Hälfte der Befragten begann ihre Karriere innerhalb der letzten drei Jahre – zu einer Zeit, in der generative KI zunehmend die Debatte über Kommunikationsarbeit prägte. Bereits die erste Ausgabe des Inside Pulse zeigte, dass YPs sich früh Gedanken über mögliche Veränderungen ihrer Aufgaben durch technologische Entwicklungen machen. Auch zukünftige Berufseinsteiger:innen dürften diese Fragen mitbringen.

Auf die Frage, ob die Realität die Erwartungen trifft, sagen knapp zwei Drittel aller Befragten „Ja". Das zeigt, dass YPs mit einem sehr realistischen und gut informierten Blick in den Job gestartet sind. Der Einstieg in die Kommunikationsbranche hält grundsätzlich für viele, was er verspricht.

Gründe, warum sich YPs für die Arbeit in einer Kommunikationsberatung entschieden haben

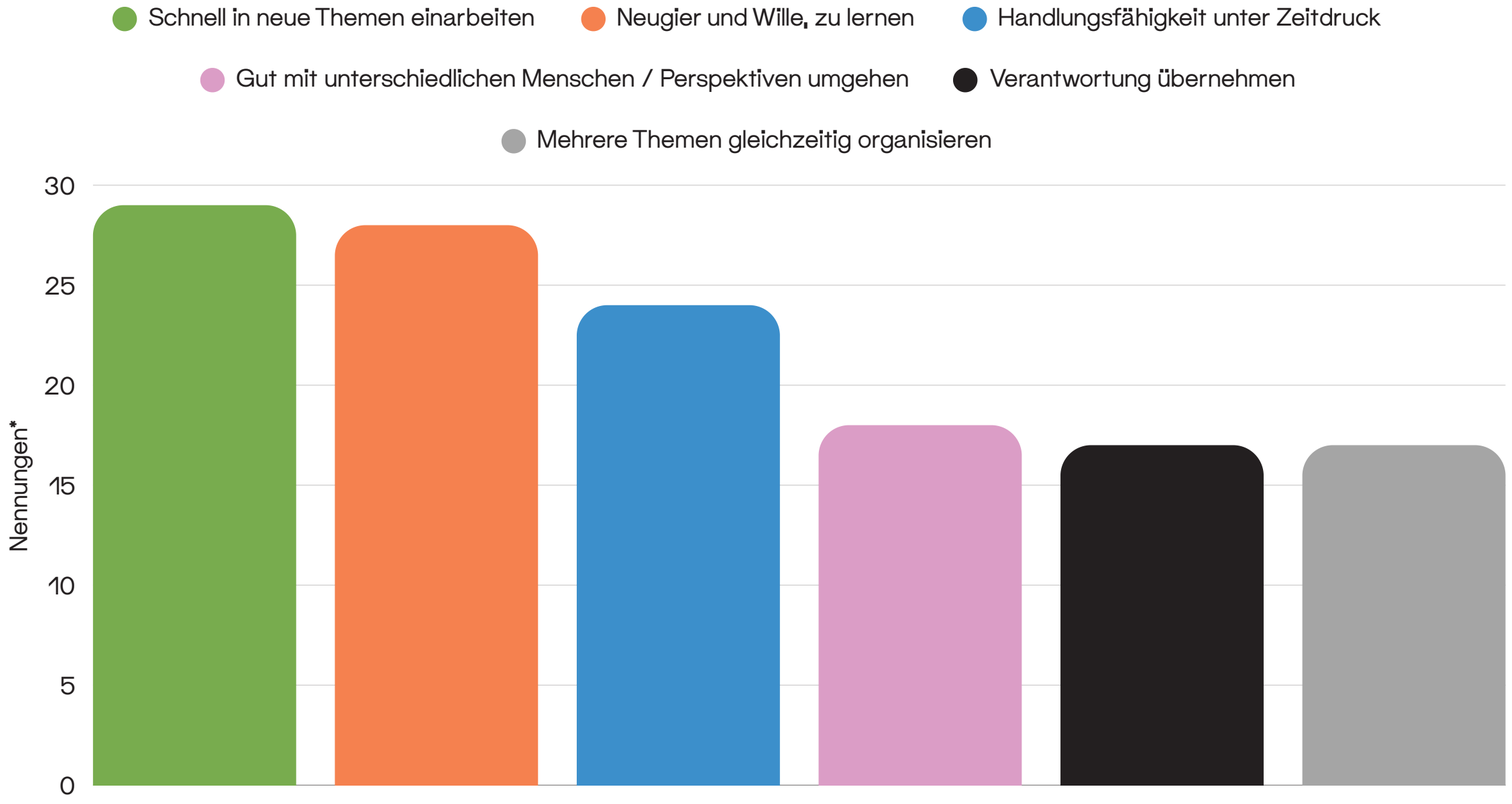


Schnell, neugierig, nervenstark: Was junge Talente mitbringen

Der Alltag in der Kommunikationsberatung ist fordernd: YPs arbeiten sich in fremde Branchen ein, jonglieren häufig mehrere Projekte gleichzeitig und lernen dabei den Umgang mit unterschiedlichen Kund:innen.

Dafür bringen sie wichtige Voraussetzungen mit: Fast die Hälfte der Befragten arbeitet sich nach eigener Einschätzung schnell in neue Themen ein; ähnlich viele beschreiben sich als neugierig und lernfreudig. Verbreitet ist auch die Stärke, unter Zeitdruck handlungsfähig zu bleiben. Knapp ein Drittel gibt an, gut mit unterschiedlichen Menschen und Perspektiven umgehen zu können – eine Eigenschaft, die im Team und im Kontakt mit Kund:innen gleichermaßen zählt. Auch Organisationstalent und Mut zur Verantwortung werden häufig genannt.

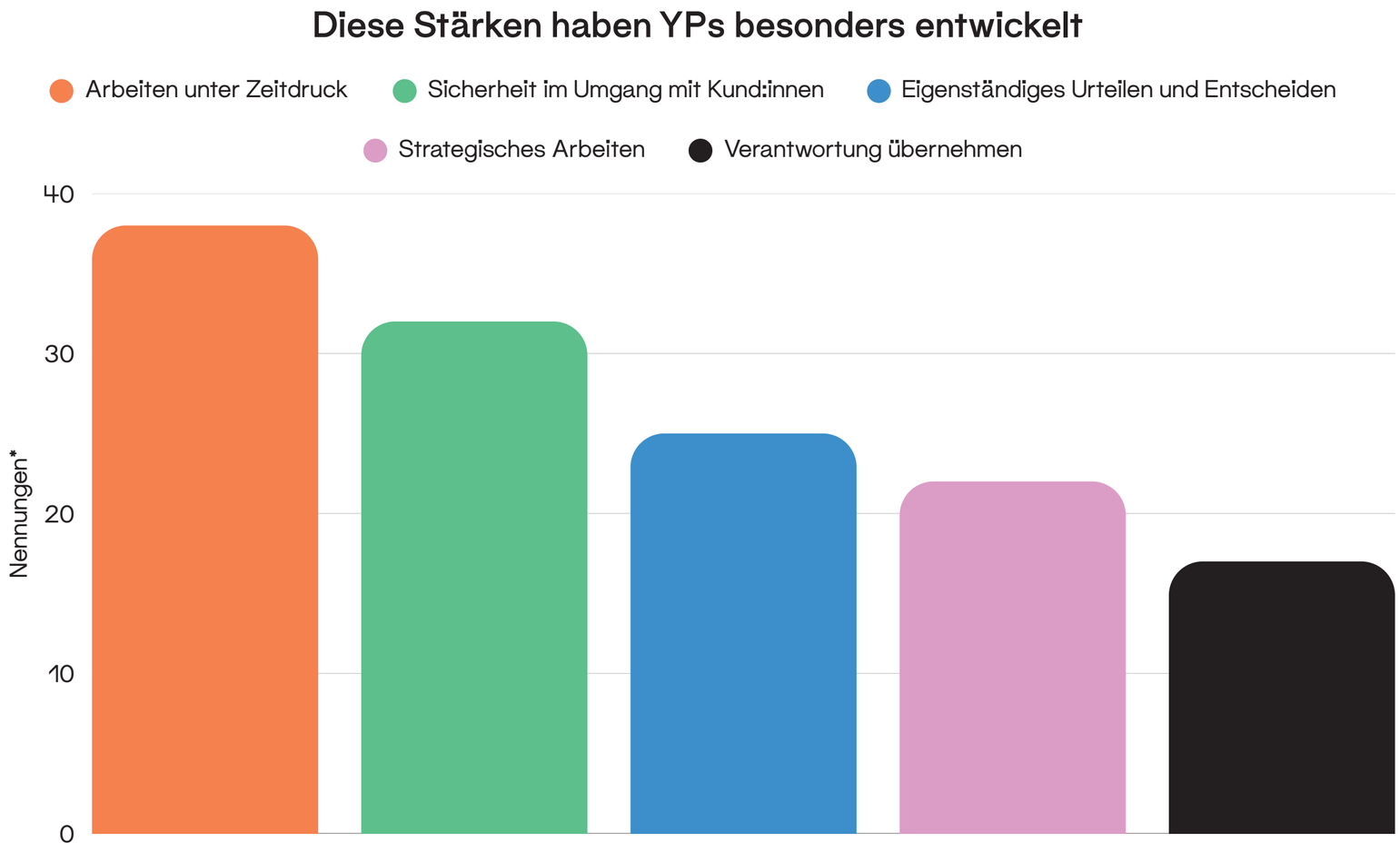
Diese Stärken helfen Young Professionals besonders dabei, erfolgreich in der Kommunikationsberatung zu arbeiten.



*Mehrfachnennung möglich

An Aufgaben wachsen

Im Berufsalltag werden solche Stärken weiter geschärft: Am häufigsten nennen die Befragten die Fähigkeit, unter Zeitdruck zu arbeiten, als weiterentwickelte Kompetenz. Daneben entwickeln sie insbesondere mehr Sicherheit im Umgang mit Kund:innen und die Fähigkeit, eigenständig zu urteilen. Strategisches Denken zählt sowohl zu den mitgebrachten Stärken als auch zu den Fähigkeiten, die sich im Berufsalltag weiterentwickeln. Die Arbeit in der Kommunikationsberatung knüpft damit an vorhandene Qualitäten an und erweitert sie um professionelle Sicherheit und Beratungskompetenz.



*Mehrfachnennung möglich

Die qualitative Diskussion zeigt, wie diese Kompetenzen mit dem Verständnis professioneller Qualität zusammenhängen. Wenn Inhalte mit KI schneller entstehen, verschiebt sich der Wert der Beratung stärker auf die Frage, wie sie geprüft, eingeordnet und weiterentwickelt werden. Qualität entsteht demnach nicht allein dadurch, dass ein Text oder eine Idee vorliegt. Entscheidend ist, ob Berater:innen Feedback von Kund:innen kritisch einordnen und daraus eine eigene, begründete Handlungsempfehlung ableiten. Eine Teilnehmerin bringt diesen Anspruch so auf den Punkt:

> KI sieht Feedback als gegeben an. ‚Das wurde gesagt, also ist das so.' Ich denke: Nein, nur weil [die KI] es gesagt hat, ist es eben nicht so. Das ist dann *meine* Einschätzung und Expertise.

Qualität hängt damit zunehmend auch an der Person, die ein Ergebnis prüft und dafür einsteht. Die eigene Urteils- und Entscheidungskraft wird zu einem wichtigen Faktor im Berufsalltag von Berater:innen.

Diese Urteilskraft entsteht nach Einschätzung der Teilnehmenden durch Erfahrung, Gespräche und kontinuierliche Kundenarbeit. Darin liegt für sie ein Unterschied zwischen menschlicher Beratung und technischer Unterstützung: Tools können die Beziehungsebene und das Wissen aus persönlichen Gesprächen derzeit nicht in gleicher Weise abbilden. „Menschen vertrauen Menschen" – das fasst zusammen, welche Bedeutung die Teilnehmenden persönlichen Beziehungen beimessen. Mehrere Stimmen erwarten, dass Qualität künftig auch danach bewertet wird, ob Kund:innen sich verstanden und „abgeholt" fühlen. Dazu gehören persönliche Kundenführung, die Pflege von Beziehungen über einzelne Projekte hinaus und Präsenz vor Ort.

Was YPs in der Kommunikationsberatung hält

An ihrer alltäglichen Arbeit schätzen YPs vor allem ihr Team und ihr Umfeld. Für mehr als die Hälfte der jungen Berater:innen ist das Miteinander ein wichtiger Grund, weiterhin in der Kommunikationsberatung tätig zu sein. Fast genauso viele bleiben wegen der abwechslungsreichen Aufgaben und der Chance, weiterhin viel dazuzulernen. Auch flexible Arbeitsbedingungen und spannende Themen zählen zu den wichtigen Faktoren. Die Antworten legen nahe, dass im Alltag vor allem das unmittelbare Arbeitserlebnis bindet.

Die wichtigsten Gründe, warum YPs weiterhin in der Kommunikationsberatung arbeiten



*Mehrfachnennung möglich

KAPITEL 3: DIE GRÜNDE ZU BLEIBEN

Die Diskussion in den Fokusgruppen zeigt, dass Young Professionals sich außerdem intensiv mit der langfristigen Perspektive ihres Berufs befassen. In den Gesprächen benennen sie wirtschaftliche Unsicherheit, den Wettbewerb am Arbeitsmarkt und technologische Veränderungen als Faktoren, die ihre Zukunftsperspektiven beeinflussen. Diese Unsicherheiten betreffen nicht nur Kommunikationsberatungen, prägen aber auch hier die Frage, wie sich der eigene Berufsweg entwickeln wird. Die Diskussion ist dabei nicht von Resignation geprägt. Vielmehr stellen YPs grundlegende Fragen zu ihrem Beschäftigungsverhältnis und ihrer Arbeit:

> Lohnt sich die Arbeit in der Kommunikationsbranche überhaupt noch oder wird man mich in fünf Jahren durch KI-Programme ersetzen? Auf der anderen Seite merke ich jetzt: Man kann es auch als große Chance sehen, wenn man sich weiterbildet.

In der Diskussion wird Weiterentwicklung häufig als eine Möglichkeit beschrieben, aktiv mit Unsicherheit umzugehen: sich breiter aufzustellen, zu spezialisieren, Expert:in zu werden oder sich als KI-kompetent zu positionieren. Diese Schritte sehen die Teilnehmenden als konkrete Stellschrauben für die Entwicklung ihrer Beratungs-persönlichkeit.

Zukunft gestalten: Wie die nächsten Jahre aussehen

Die vorangegangenen Kapitel zeigen, was den Berufseinstieg prägt, welche Kompetenzen Young Professionals in der Kommunikationsberatung ausbauen und was sie im Arbeitsalltag hält: abwechslungsreiche Themen, Lernmöglichkeiten, Verantwortung und ein gutes Miteinander. Viele YPs bringen Neugier und Lernbereitschaft mit und entwickeln ihre Beratungskompetenz aktiv weiter.

Die Hälfte der Befragten hält es für wahrscheinlich, auch in drei Jahren noch in der Kommunikationsberatung zu arbeiten. Das Interesse am Beruf ist da; wie sich die Perspektive langfristig entwickelt, hängt dabei aber auch davon ab, wie sich die Arbeit verändert und welche Entwicklungsmöglichkeiten sie bietet.

Young Professionals erwarten, dass sich ihre Aufgabenprofile wandeln: Routinetätigkeiten könnten abnehmen, während strategisches Denken, Urteilskraft, Verantwortung und Kundenbeziehungen an Bedeutung gewinnen. Dadurch eröffnen sich Möglichkeiten, früher in die Beratung hineinzuwachsen und die eigene Beratungspersönlichkeit weiterzuentwickeln. Der Wandel macht technisches Verständnis und die Fähigkeit, sich kontinuierlich in neue Themen einzuarbeiten, ebenfalls wichtiger.

Damit YPs diese Möglichkeiten nutzen können, wünschen sie sich passende Lern- und Arbeitsumfelder. Dazu gehören Feedback, Förderung, Rückhalt durch Vorgesetzte, ein machbarer Arbeitsalltag und transparente Entwicklungsmöglichkeiten. Dabei spielt auch die Vergütung im Gesamtbild eine entscheidende Rolle. Für Kommunikationsberatungen bietet sich damit die Möglichkeit, Kompetenzen gezielt zu fördern und Young Professionals bei der Weiterentwicklung ihrer Rolle zu begleiten.

Outro

Die Kommunikationsberatung bleibt ein Beruf mit Substanz. Substanz, die Young Professionals sehr schätzen. Sie bringen Neugier und Gestaltungswillen mit und entwickeln die Fähigkeiten, die Beratung künftig braucht.

Eine zukunftsfähige Branche entsteht genau dort: Wo Young Professionals ihre Kompetenzen einbringen, weiterentwickeln und die Arbeit aktiv mitgestalten können.

DIE GPRA YOUNG PROFESSIONALS

Die GPRA Young Professionals (YPs) sind die 2020 gestartete Nachwuchsinitiative der GPRA. Sie vernetzen junge Kommunikator:innen aus den GPRA-Mitgliedsberatungen und geben dem Branchennachwuchs eine gemeinsame Stimme. Ziel ist es, Nachwuchstalente zu stärken, Austauschräume zu schaffen und Impulse für die Kommunikationsberatung von morgen zu setzen.

Die YPs organisieren Vernetzung und Weiterentwicklung, arbeiten in thematischen Arbeitsgruppen und bringen Zukunftsthemen aus ihrer Perspektive in die Branche, darunter etwa KI, Diversity & Inklusion, Ethik/Haltung und Nachhaltigkeit. Dabei geht es ihnen auch um den Dialog zwischen Generationen sowie um Kommunikation, die ethisch, nachhaltig und wirkungsvoll bleibt.

Die Taskforce Inside Pulse entstand nach dem Sommertreffen 2025, um die Perspektive von Junior:innen sichtbarer zu machen. Dies ist bereits die dritte Ausgabe des Inside Pulse.

Ein besonderer Dank gilt den Mitgliedern der Taskforce für ihre Arbeit an der aktuellen Ausgabe: Jakob Boxler (MSL), Alessa Cramer (komm.passion), Simona Langlouis (Communication Consultants), Janina Lawniczek (FleishmanHillard), Linnea Pirntke (MSL), Ferdinand Prösch (DRP), Hendrik Stamm (Edelman), Mario Wachter (Communication Consultants), Leonie Weiß (komm.passion), Leon Willy (FleishmanHillard).



Bereits erschienen:
Die Rolle von Künstlicher Intelligenz in der Beratung (März 2026)
Lernen, zu beraten (September 2026)

MIXED-METHODS-DESIGN: BREITE + TIEFE

Für den Report verbinden wir quantitative Umfrageergebnisse (Oktober 2026) mit qualitativen Fokusgruppen (Oktober 2026). In drei Fokusgruppen von 3-5 Young Professionals (Gespräch von 15 Minuten) wurden einzelne Aspekte der Arbeit in Kommunikationsberatungen intensiver beleuchtet. Darunter die Frage nach Qualität in der Arbeit von Kommunikationsberater:innen, der aktuellen Gefühlslage von YPs zu ihrer Arbeit und ihrem Arbeitsalltag und Workload. Die Ergebnisse dienen zur Unterstützung der quantitativen Daten. So entsteht ein Gesamtbild, das sowohl misst, was passiert, als auch versucht zu klären, warum.

AUSWERTUNG & VALIDIERUNG

Die quantitativen Ergebnisse wurden deskriptiv ausgewertet, um zentrale Muster sichtbar zu machen. Die Diskussion der Fokusgruppen wurde aufgezeichnet und transkribiert, woraufhin eine qualitative Auswertung per Open Coding erfolgte. Anschließend wurden die Ergebnisse im Vier-Augen-Check geprüft. So entstehen robuste Themencluster und Argumentationslinien, die die Zahlen nicht nur wiederholen, sondern nachvollziehbar einordnen.

DEMOGRAFISCHE ANGABEN

Unter den 60 Befragten aus GPRA-Mitgliedsagenturen identifizieren sich 76,7 % als weiblich und 23,3 % als männlich. Die größte Altersgruppe sind die 26- bis 30-Jährigen (58,3 %), gefolgt von den 18- bis 25-Jährigen (33,3 %). Bei der Berufserfahrung überwiegen 1 bis 3 Jahre (48,3 %); 30,0 % geben 4 bis 5 Jahre und 16,7 % weniger als ein Jahr an. 41,7 % arbeiten in Agenturen mit 1 bis 50 Mitarbeitenden, weitere 31,7 % in Agenturen mit 51 bis 100 Mitarbeitenden.

THANK YOU!

KONTAKT

Alessa Cramer
alessa.cramer@komm-passion.de

Hendrik Stamm
hendrik.stamm@edelman.com

GPRA
geschaeftsstelle@gpra.de

WEBSITE & WHITEPAPER

https://www.gpra.de/young-professionals/

gpra
Young Professionals