



GEORG-AUGUST-UNIVERSITÄT  
GÖTTINGEN

## Berufsperspektiven für Studierende der Sozialwissenschaften

Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit:  
Berufseinstieg und Arbeitsalltag

Sabine Baudisch, Pressereferentin  
Planungsverband Äußerer Wirtschaftsraum München



Planungsverband  
Äußerer  
Wirtschaftsraum  
München



Sabine Baudisch, PR/Öffentlichkeitsarbeit

10.06.2010

# Werdegang

- 2002-2007 Sozialwissenschaftliches Studium Uni Göttingen
- 2004-2005 Auslandsstudium und Lehrassistenz USA
- 2005-2007 Freie Mitarbeit StadtRadio Göttingen, Hospitanzen BR und NDR
- 2007-2010 Volontariat und Junior PR-Beraterin ComMenDo – Agentur für Unternehmenskommunikation
- Seit Juli 2009 Wissenschaftliche Hilfskraft IfKW LMU München
- Seit Februar 2010 Pressereferentin Planungsverband Äußerer Wirtschaftsraum München

# Gliederung

- Berufsfeld Public Relations / Öffentlichkeitsarbeit
- Aufgaben
- Qualifikationen
- Berufseinstieg
- Praktische Tipps

Marketing

Public  
Affairs

PR

Werbung

Unternehmenskommunikation

Pressearbeit

Public  
Relations

Öffentlichkeitsarbeit

# Was ist Public Relations?

Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG):

PR...

- ist Auftragskommunikation, die die Interessen ihrer Auftraggeber im Dialog informativ und wahrheitsgemäß, offen und kompetent vertritt.
- vermittelt Standpunkte und ermöglicht Orientierung.
- plant und steuert Kommunikationsprozesse für Personen und Organisationen mit deren Bezugsgruppen in der Öffentlichkeit.

# Berufsfeld PR

- Weder eindeutige Berufsbezeichnungen, noch festgelegten Kriterien für Berufszugang.
- In Deutschland sind ca. 30.000-50.000 Personen in der PR / Öffentlichkeitsarbeit tätig (DPRG, 2004).
- Vorwiegend in Organisationen, Unternehmen, in Agenturen oder als selbständige PR-Berater sowie in Ausbildung, Forschung und Lehre
- Die Nachfrage nach Experten in der PR / Öffentlichkeitsarbeit steigt – Berufsfeld wächst.
- „Feminisierung“ des Berufsstandes: Anteil der Frauen in der PR steigt.

# Berufsfeld: Arbeitgeber

- Ergebnisse einer quantitativen Inhaltsanalyse von 200 Stellenanzeigen für PR-Volontariate 2008
  - 68 Prozent der angebotenen Volontariatsstellen im Agentursektor
  - 24 Prozent in Wirtschaftsunternehmen
  - 8 Prozent in Non-Profit-Organisationen
- Faustregel:
  - Kommunikationsabteilungen in Unternehmen und Verbänden: Pressearbeit.
  - Kleine Agenturen: ganze Aufgabenpalette, gewisses Maß an Eigenverantwortung von Beginn an, aber oft keine Projekte „großer Kunden“.
  - Große Agenturen: breites Themenspektrum, interessante Kampagnen, aber oft nur spezifische Tätigkeiten für Volontäre.

Quellen: Laska: Volontariate und Trainees – Karrierewege in die PR, 2009 und PR-Journal

# Berufsfeld: PR-Agenturen

- Kunden der PR-Agenturen (n=400):
  - Wirtschaftsunternehmen (88%)
  - Dienstleister (7%)
  - Non-Profit / Verbände / Vereine, Politik, Sonstige (5%)
- Spezialisierung auf bestimmte Branchen (n=180):
  - Kommunikationsbranche (38%)
  - Pharma, Gesundheit, Kosmetik (30%)
  - Banken und Versicherungen (21%)
  - Baugewerbe (20%)
  - Nahrungs- und Genussmittel (18%)
  - Tourismus (16%)

Quelle: Szyszka, Schütte, Urbahn: Public Relations in Deutschland, 2009



# Praktikum

## + PR-Praktikum im Rhein-Neckar-Delta



Montag, den 03. Mai 2010 um 10:41 Uhr



Kaffee kocht bei uns der Vollautomat. Als Praktikant/in arbeiten Sie an internationalen PR-Projekten mit und gewinnen spannende Einblicke.

Die Themen: Food, Ingredients und Verpackung

[Weiterlesen: PR-Praktikum im Rhein-Neckar-Delta](#)

## + Köln: PR-Praktikum/ Volontariat bei pst public relations



Freitag, den 16. April 2010 um 16:13 Uhr



**Bei uns dreht sich alles um den "guten Geschmack"!**

Unsere Kunden stammen aus der internationalen Wein & Genuss-Branche. Neben der klassischen Pressearbeit gehören Planung und Realisation von Marketingkooperationen und Events zu

unserem Kerngeschäft.

[Weiterlesen: Köln: PR-Praktikum/ Volontariat bei pst public relations](#)

# Bereich Volontariat /Trainee /Praktikum

9

## + PR-Volontär Wirtschaft / Finanzen (m/w), Hamburg



Freitag, den 21. Mai 2010 um 17:09 Uhr

**redRobin**  
STRATEGIC PUBLIC RELATIONS

Wir suchen einen PR-Volontär mit Spaß an und ersten Erfahrungen mit den Themen Wirtschaft, Finanzen, Investment oder Versicherungen. Sie suchen einen praxisorientierten, abwechslungsreichen Einstieg in die Presse- und

Öffentlichkeitsarbeit.

Weiterlesen: PR-Volontär Wirtschaft / Finanzen (m/w), Hamburg

## + PR Trainee Text (m/w), Tübingen



Montag, den 17. Mai 2010 um 09:08 Uhr

**DIE WORTWERKSTATT**  
AGENTUR FÜR KOMMUNIKATION

Als Agentur für Kommunikation mit Sitz in Tübingen betreuen wir renommierte Unternehmen aus der Automobil- und Motorradbranche. Zum nächstmöglichen

Starttermin suchen wir eine/n

**PR Trainee Text (m/w)**

Weiterlesen: PR Trainee Text (m/w), Tübingen

**PV**

Planungsverband  
Äußerer  
Wirtschaftsraum  
München



Sabine Baudisch, PR/Öffentlichkeitsarbeit

10.06.2010

# Berufsfeld: Gehalt

	Mittelwert p.a.	Mittelwert mtl.
Unternehmen / Privatwirtschaft	73.500€	6.100€
Öffentliche bzw. staatliche Institutionen	53.500€	4.500€
Vereine / Verbände / Non-Profit	54.900€	4.600€
Alle	64.700€	5.400€
PR-Agenturen	Mittelwert p.a.	Mittelwert mtl.
PR-Seniorberater	38.800€	3.230€
PR-Juniorberater	25.800€	2.150€
PR-Assistent	19.100€	1.590€
Trainee	13.700€	1.140€

Quellen: Bentele, Großkurth, Seidenglanz: Profession Pressesprecher 2009 und DPRG Gehaltsspiegel 2008

# Berufsfeld: Gehalt Unternehmen

	Median p.a.	Median mtl.
Gesamt (ohne Personalverantwortung)	43.200€	3.600€
Frauen	41.700€	3.475€
Männer	46.200€	3.850€
Topbranche (Automobilindustrie)	60.100€	5.000€
Flopbranche (Kulturbereich)	32.500€	2.700€
Unternehmen (<100 Mitarbeiter)	36.400€	3.000€
Unternehmen (101-1.000 Mitarbeiter)	45.000€	3.750€
Unternehmen (>1.000 Mitarbeiter)	54.600€	4.600€

Quellen: PR Professional, PersonalMarkt,2010

# Kernaufgaben in der PR

## ■ AKTION-Formel der DPRG:

- Analyse, Strategie, Konzeption (Sachstands- und Meinungs-Analysen, Ziel-/ Strategie-Entwicklung, Programmplanung)
- Kontakt, Beratung, Verhandlung
- Text und kreative Gestaltung, (Informationserarbeitung und -gestaltung, Aufbereitung in Informationsträgern)
- Implementierung (Entscheidung, Ausplanung von Maßnahmen, Kosten und Zeitachse)
- Operative Umsetzung
- Nacharbeit, Evaluation (Effektivitäts- und Effizienzanalysen, Korrekturen)

# Aufgaben in Unternehmen

- PR-Aktivitäten, die „sehr häufig“ und „eher häufig“ durchgeführt werden (n=330):
  - Medienarbeit / Pressemitteilungen (93%)
  - Internet-Auftritt (84%)
  - Gespräche mit Journalisten (82%)
  - **Pressespiegel (81%)**
  - Kontakt mit Zielgruppen (78%)
  - Broschüren (77%)
  - Events (77%)
  - Strategische Planung / PR-Konzeption (75%)
  - Interne Informationsdienste / Interne Kommunikation (70%)
  - Online-PR (65%)

Quelle: Szyszka, Schütte, Urbahn: Public Relations in Deutschland, 2009

# Aufgaben in Verbänden

- PR-Aktivitäten, die „sehr häufig“ und „eher häufig“ durchgeführt werden (n=144):
  - Internet-Auftritt (90%)
  - Medienarbeit / Pressemitteilungen (75%)
  - Interne Informationsdienste / Interne Kommunikation (71%)
  - Gespräche mit Journalisten (70%)
  - Events (69%)
  - **Eigene Fachpublikationen (67%)**
  - **Beratung der Verbandsleitung (66%)**
  - Broschüren (66%)
  - **Mitgliederzeitungen / -zeitschriften (65%)**
  - Online-PR (62%)

Quelle: Szyszka, Schütte, Urbahn: Public Relations in Deutschland, 2009

# Aufgaben in Agenturen

- PR-Aktivitäten, die „sehr häufig“ und „eher häufig“ durchgeführt werden (n=220):
  - Medienarbeit / Pressemitteilungen (97%)
  - Strategische Planung / PR-Konzeption (92%)
  - Gespräche mit Journalisten (90%)
  - **PR-Materialien (75%)**
  - Beratung der Fachabteilungen (72%)
  - Beratung der Geschäftsleitung (67%)
  - Events (63%)
  - **Kundenzeitungen (54%)**
  - **Situationsanalysen (54%)**
  - **Evaluation (53%)**

Quelle: Szyszka, Schütte, Urbahn: Public Relations in Deutschland, 2009



# Aufgaben bei ComMenDo

- Kunden: VdW Bayern, Raiffeisenbank Kleinwalsertal, Louis Vuitton Moet Hennessy, SOS Kinderdorf e.V
- Beratungs-Schwerpunkte in der Agentur:
  - Medienarbeit
  - Hörfunk-PR
  - Evaluation und Controlling von Kommunikationsprogrammen
  - Web 2.0 (Social Media)
  - Umfragen für die Themen Wohnungswirtschaft und -politik, Privatbanken und Non-Profit

# Aufgaben beim PV

- *„Der Planungsverband Äußerer Wirtschaftsraum München wurde 1950 als kommunaler Zweckverband gegründet. Er ist der freiwillige, partnerschaftliche Zusammenschluss von Landkreisen, Städten und Gemeinden im Großraum München. Er berät seine Mitglieder in allen Fragen ihrer räumlichen Entwicklung und übernimmt vielfältige Planungsaufgaben, von Bauleitplänen über Strukturgutachten bis hin zu Schulbedarfsanalysen.“*
- PR-Konzeption
- Energieportal
- Informationsblätter, Regions-, Kreis- und Gemeindedaten
- Fachtagung „Energie und Kommune“

# Qualifikationen

Rang	Qualifikationsmerkmal	Wert (1-10)
1	<b>Sich schnell in eine Sache hineindenken können</b>	9,2
2	Entwerfen von Konzeptionen	9,1
3	Intelligenz	9,0
4	<b>Kontakte herstellen können</b>	9,0
5	Flexibilität	9,0
6	<b>Gute Allgemeinbildung</b>	9,0
7	Belastbarkeit /Stressresistenz	9,0
8	Vermittlungskompetenz	9,0
9	Kreativität	8,9
10	Schreiben von Texten	8,9
11	Organisationstalent	8,8
12	Durchsetzungsvermögen (Biss)	8,7
13	Einen Kunden beraten können	8,7
14	Redigieren von Texten	8,6
15	Grundlagenwissen PR	8,6
16	Trends erkennen können/Sensibilität für pol./soz. Entwickl.	8,5
17	Rhetorik, Kommunikationstraining	8,5
18	Grundlagen Journalistik	8,4
19	Ehrlichkeit	8,2
20	Fremdsprachen	7,8

Quelle: Merten: Qualifikation für Kommunikationsmanagement, 2008

# (Absolventen-) Praktikum AXA

## Anforderungen

- » Abgeschlossenes Studium idealerweise der Fachrichtung PR/Kommunikation/Publizistik/Germanistik oder vergleichbare Qualifikation
- » Erste praktische Erfahrung im Bereich Presse/Öffentlichkeitsarbeit wünschenswert
- » Kommunikationsstärke und ein sicheres Auftreten
- » Text- und Stilsicherheit
- » Gespür für medienrelevante Themen
- » Selbständiger, ergebnisorientierter Arbeitsstil und sorgfältige Arbeitsweise
- » Hohe Lernfähigkeit, Einsatzbereitschaft und Flexibilität
- » Organisationstalent, Teamfähigkeit, Eigeninitiative und Kreativität
- » Gute MS-Office-Kenntnisse

# Häberlein & Mauerer

## PR-Trainee (m/w) Food & Beverages

Sie haben große Affinität und Begeisterung für die Themen Food & Beverages, insbesondere für Lifestyle Getränke? Sie verfügen über ein hohes Markenverständnis und haben in einer PR-Agentur oder einem Unternehmen bereits die ersten PR- und Eventerfahrungen gesammelt und haben zudem erste Pressekontakte in die Redaktionen der Fach- und Publikumspresse, optimalerweise auf Beverages und/oder Luxusgüter Etats geknüpft?

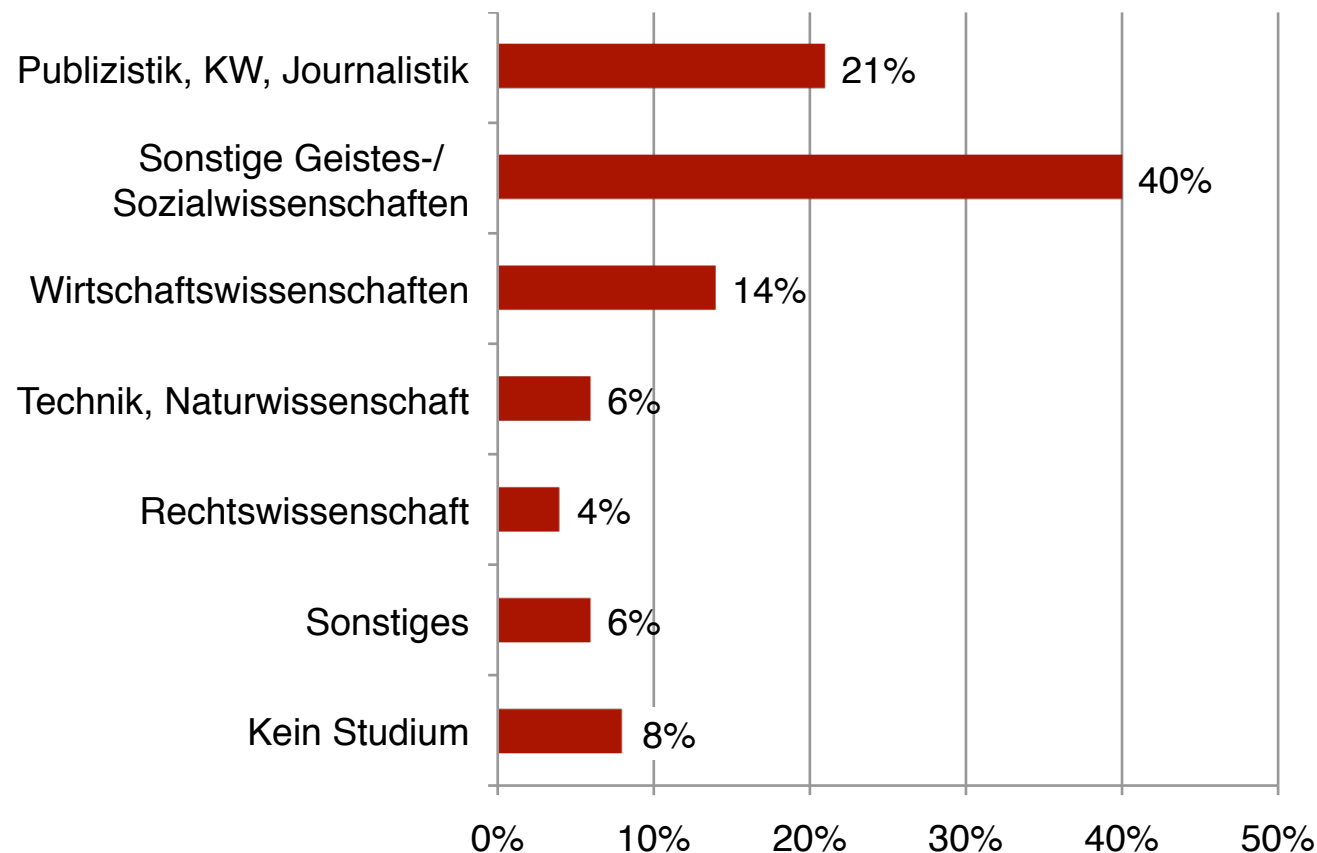
Sie kennen die Klaviatur der PR-Instrumente, haben Kenntnisse im Bereich Marketing, bzw. Brand Relations und denken gerne strategisch und vernetzt? Sie haben Spaß am Umgang mit Medien und Lust auf Kommunikation? Sie sind kreativ, sprühen vor Ideen, sind dazu ein Schreib- und Organisationstalent und arbeiten gerne im Team? Englisch ist für Sie kein Problem, die gängigen Computerprogramme, das Erstellen von Präsentationen bereiten Ihnen keinerlei Schwierigkeiten und Social Media ist für Sie kein Fremdwort?

# Berufseinstieg

- PR-Beruf traditionell von Quereinsteigern geprägt, da zunächst keine akademische Professionalisierung vorhanden
- Seit Mitte der 90er Jahre spezialisierte PR-Studiengänge und Ausbildungen → große Anzahl von gut ausgebildeten Kommunikationswissenschaftlern auf dem Markt
- Spezialisten trotzdem gefragt: Naturwissenschaftler in der Gesundheitskommunikation, Betriebswirt in der Finanzkommunikation oder Politikwissenschaftler in Public Affairs
- Heute noch weniger die akademische Fachrichtung ausschlaggebend, als in der Praxis erworbenen Fachkenntnisse – das PR-Handwerk

Quelle: Wengenroth, Quereinstieg in die PR – auch heute noch populär, Deutsche Presseakademie, 2010

# Studienfächer der PR-Praktiker



Quelle: Bentele, Großkurth, Seidenglanz: Profession Pressesprecher 2009

# Tipp aus dem PR-Journal

- Einen verbindlichen Weg in PR- und Kommunikationsberufe gibt es nicht.
- Die meisten jungen Leute steigen über ein Praktikum ein.
- Doch nicht wahllos bewerben, denn schon mit der Wahl eines Praktikums werden Weichen gestellt.
  - Welche Themen interessieren Sie?
  - Was macht Ihnen Spaß? Texten, Events organisieren, Web 2.0...?
  - Was wollen Sie lernen?



**PRAKTIKA**

15.05.2010

## Kaffee kochen und kopieren war gestern

Neue Studien zeigen: Firmen behandeln ihre Praktikanten besser als gedacht. Viele Betriebe fühlen sich mittlerweile einer Initiative des Handelsblatts verpflichtet. Auch die Vergütung ist kontinuierlich gestiegen – die genaue Höhe hängt dabei weniger von der Unternehmensgröße als von der Branche ab.

# Praktische Tipps

- Deutsche Public Relations Gesellschaft ([www.dprg.de](http://www.dprg.de))
- PR-Journal: Das größte Branchenmedium Deutschlands inkl. Jobbörse ([www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de))
- Stellenausschreibungen für Journalismus und PR ([www.newsroom.de](http://www.newsroom.de))
- Datenbank für Pressematerial in Text, Bild, Video und Ton von mehr als 15.000 Pressestellen ([www.presseportal.de](http://www.presseportal.de))

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!