

## Volontariate und Trainees – Karrierewege in die PR

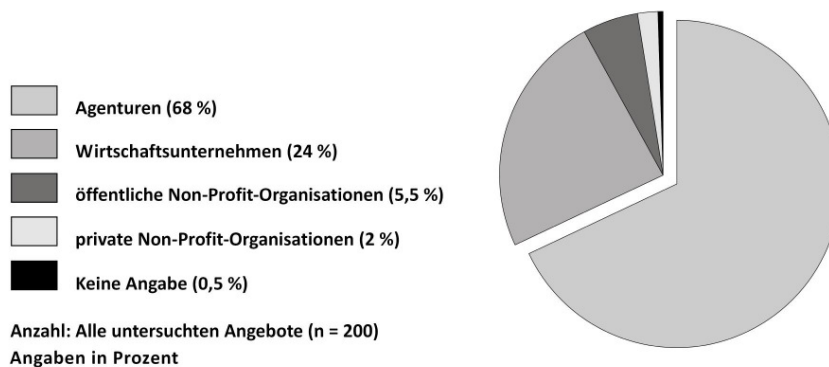
– Eine quantitative Inhaltsanalyse von Stellenanzeigen für PR-Volontariate –

Mit enormer Dynamik entwickelt sich das PR-Berufsfeld – qualitativ wie quantitativ, national wie international. Vor diesem Hintergrund wird auch der Bedarf an gut ausgebildeten Kommunikationsexperten weiter wachsen. Dabei bieten in der Regel Volontariate, Trainees bzw. Traineeships die besten Voraussetzungen für einen erfolgreichen Berufseinstieg. Doch welche Bedingungen müssen Berufseinsteiger erfüllen, um als PR-Volontäre angenommen zu werden? Und mit welchen Anforderungen werden sie im Berufsalltag konfrontiert? Die vorliegende Analyse gibt Antworten auf diese Fragen.

### 1. Organisationstypen – Agenturen an der Spitze

Agenturen sind unter den PR-Arbeitgebern die Nummer eins: So stammen 68 Prozent der angebotenen Volontariatsstellen aus dem Agentursektor. Mit deutlichem Abstand folgen Wirtschaftsunternehmen (24 Prozent). Im Gegensatz zum kommerziellen Umfeld sind öffentliche und private Non-Profit-Organisationen jedoch nur selten vertreten (5,5 sowie 2 Prozent). Dabei zeichnet sich in bestehenden Inhaltsanalysen, die den gesamten PR-Arbeitsmarkt betrachten, ein etwas anderes Bild ab: So weisen sämtliche Ergebnisse darauf hin, dass vor allem wirtschaftliche Unternehmen eine zentrale Rolle als Arbeitgeber spielen. Auch im Non-Profit-Bereich werden deutlich häufiger PR-Stellen offeriert als im Agentursektor. Wachstumstrends im Zeitverlauf von 1987 bis 1996 zeigen jedoch auch hier, dass Agenturen kontinuierlich an Relevanz gewinnen. In Anbetracht der zeitlichen Lücke von über zehn Jahren scheint sich dieser Trend im Jahre 2008 für den Volontariatsbereich zu bestätigen. PR-Berufseinsteiger arbeiten als Volontäre demzufolge vor allem in Kommunikations-, PR- und Full-Service Agenturen – und lernen dort während des Trainees die Facetten auftragsbezogener PR-Arbeit kennen.

#### 1. PR-Arbeitgeber in den Volontariatsangeboten



## 2. PR-Arbeitsorte – Süddeutschland liegt vorn

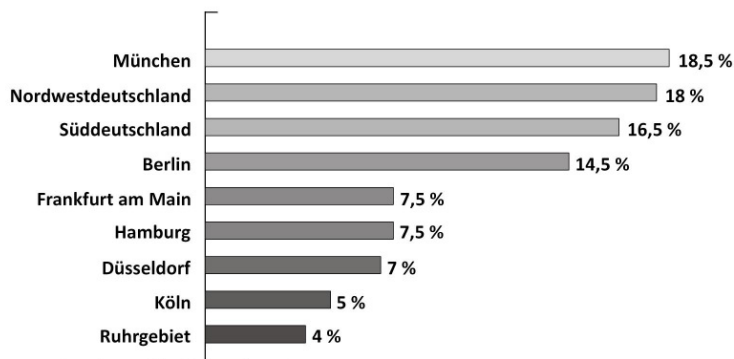
Anbieter von Traineeships befinden sich insbesondere in Süddeutschland. Zusammen mit München entfallen mehr als ein Drittel aller angebotenen Stellen auf den Süden Deutschlands. Ferner spielt für Berufseinsteiger Nordwestdeutschland mit 18 Prozent eine Rolle – ausgenommen das Ruhrgebiet. Wer hier einen Berufseinstieg verfolgt, muss sich unter Umständen gedulden. Denn Städte dieses Ballungsraumes finden als Arbeitsorte kaum Erwähnung (4 Prozent). Im Nordosten ist Berlin ganz weit vorne – nach München belegt die Hauptstadt mit 14,5 Prozent Platz zwei unter den Städten. Ansonsten zeigt sich der Nordosten auch aus PR-Sicht recht kühl, zumindest liegen für diese Region außerhalb von Berlin kaum Volontariatsangebote vor.

## 3. Kernaufgaben – redaktionelle Tätigkeiten bilden den Aufgabenschwerpunkt

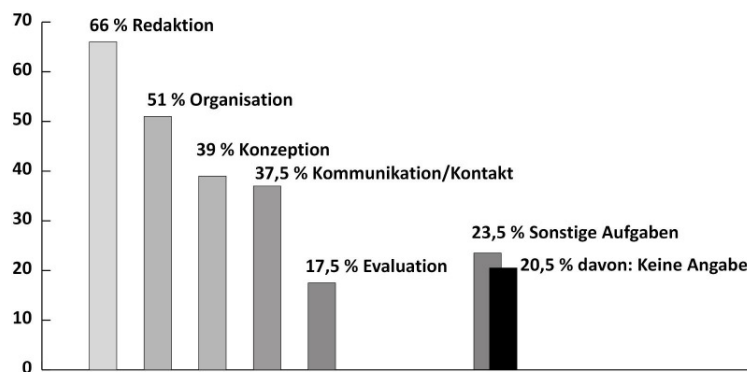
Kommunikation verläuft in der heutigen Gesellschaft größtenteils über Medien. Dieses Faktum lässt sich gleichwohl auf das Aufgabengebiet eines PR-Volontärs übertragen. Denn der Berufsalltag eines Trainees wird weitestgehend vom Tätigkeitsfeld der Medien- und Pressearbeit bestimmt. Mehr als die Hälfte aller untersuchten Angebote (66 Prozent) enthalten Aufgaben wie das Erstellen von Medieninformationen, die Recherche von Themen oder die Gestaltung von zielgruppenspezifischen Texten. Somit bildet dieser klassische Tätigkeitsbereich in der modernen PR-Praxis vielerorts immer noch den Schwerpunkt.

### 2. PR-Arbeitsorte in den Volontariatsangeboten

Anzahl: Alle untersuchten Angebote (n = 200)  
Angaben in Prozent



### 3. Kernaufgaben in den Volontariatsangeboten



Anzahl: Alle genannten Aufgaben je Angebot (n = 469)  
Angaben in Prozent

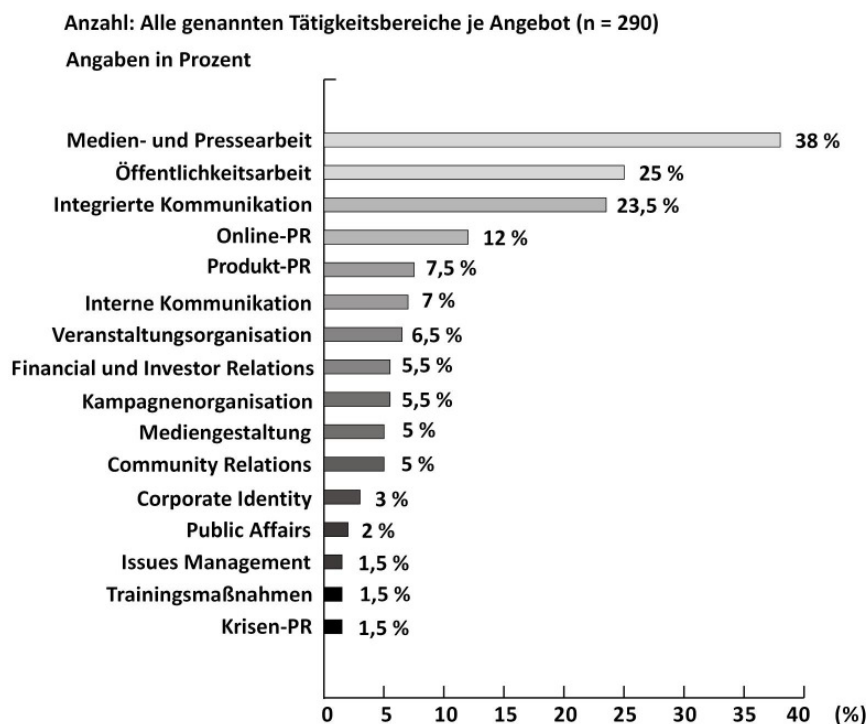
#### 4. Kernaufgaben – der heutige PR-Nachwuchs wird PR-Manager der Zukunft

Public Relations bedeutet Kommunikationsmanagement. Auch wenn operative Aufgaben im Tätigkeitsprofil eines Volontärs überwiegen, entfällt ein nicht unerheblicher Teil ebenfalls auf den Managementbereich. Diesbezüglich übernehmen Nachwuchskräfte vermehrt Aufgaben in Beratung, Strategie- und Konzeptentwicklung (39 Prozent). Weiterhin sind sie für die Kontaktpflege zu relevanten Bezugsgruppen zuständig (37,5 Prozent) – und werden im Laufe eines Volontariats zum PR-Manager oder -Berater ausgebildet. Lediglich Tätigkeiten, die sich mit der Erfolgsmessung von Kommunikationsmaßnahmen und -zielen beschäftigen, können für den PR-Nachwuchs als relativ unbedeutend eingestuft werden (17,5 Prozent).

#### 5. PR im Umfeld Integrierter Kommunikation

Cross-medial, integriert oder vernetzt – die Koordination sämtlicher Kommunikationsaktivitäten rückt heute zunehmend in den Fokus der Unternehmen. Diese ganzheitliche Ausrichtung der Kommunikation wird auch in den angebotenen PR-Volontariaten deutlich. So belaufen sich fast ein Viertel aller genannten Tätigkeiten (23,5 Prozent) auf den Bereich der Integrierten Kommunikation. In diesem Umfeld sind PR-Volontäre dann entweder in Abteilungen für Unternehmenskommunikation bzw. Corporate Communications angestellt – oder sie vollziehen auftragsbezogene vernetzte und integrierte Kommunikation im Agentursektor. Dabei ist davon auszugehen, dass sich dieser Umstand noch verstärken wird. PR wird für die Integrierte Kommunikation zunehmend eine Rolle spielen, so dass Volontäre hier zukünftig vermehrt tätig werden.

#### 4. Tätigkeitsbereiche in den Volontariatsangeboten



## 6. Akademische Abschlüsse gewinnen an Bedeutung

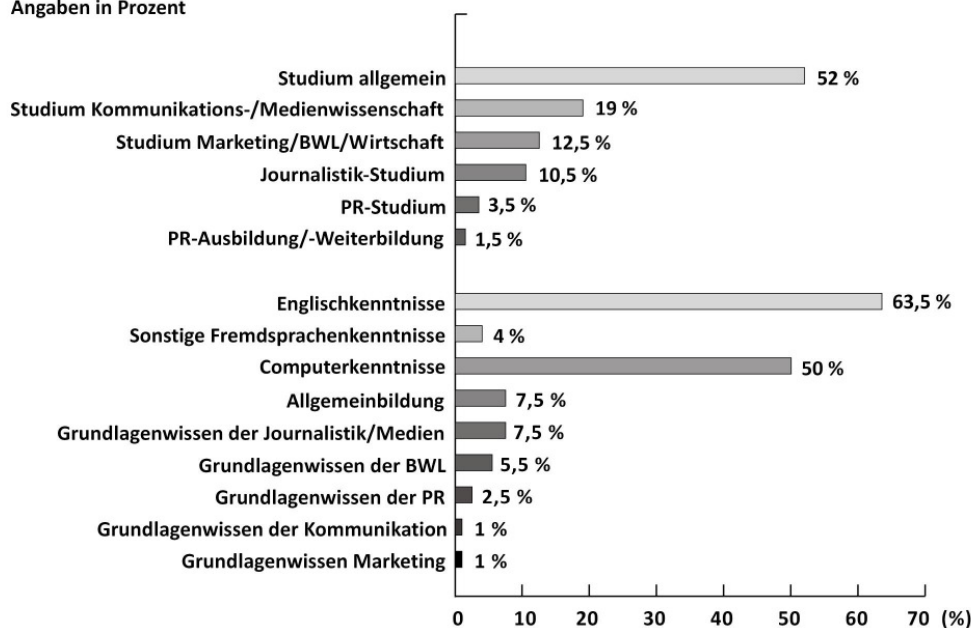
Für ein PR-Volontariat qualifiziert sich ein Bewerber heute zunehmend über einen akademischen Abschluss. So wird die allgemeine Forderung nach einem erfolgreich abgeschlossenem Studium in über 50 Prozent der angebotenen Trainees angegeben. Das Studienfach ist dabei eher zweitrangig. Werden fachspezifische Studienrichtungen nachgefragt, beziehen sich diese vornehmlich auf kommunikations- und medienwissenschaftliche Studiengänge (19 Prozent), gefolgt von den Fachbereichen Marketing, BWL und Wirtschaft (12,5 Prozent).

## 7. PR spricht eine Sprache

Vor allem ein Trend ist deutlich erkennbar: Durch fortschreitende Globalisierungsprozesse gehören Englischkenntnisse mittlerweile zu den zentralen Anforderungen im Qualifikationsprofil eines Berufseinsteigers. Diesbezüglich sprechen 63,5 Prozent eine deutliche Sprache. Gerade wer im PR-Bereich langfristig Erfolg haben möchte, sollte daher über Englischkenntnisse in Wort und Schrift verfügen, um im internationalen Umfeld mit Bezugsgruppen aus aller Welt agieren zu können. Schreibrische (37,5 Prozent) sowie rhetorische Fertigkeiten und Ausdrucksvermögen (25 Prozent) gehören in diesem Kontext ebenso zu den Anforderungen des idealen Kandidaten, die ihn dazu befähigen, sich der Situation entsprechend kommunikativ verhalten zu können.

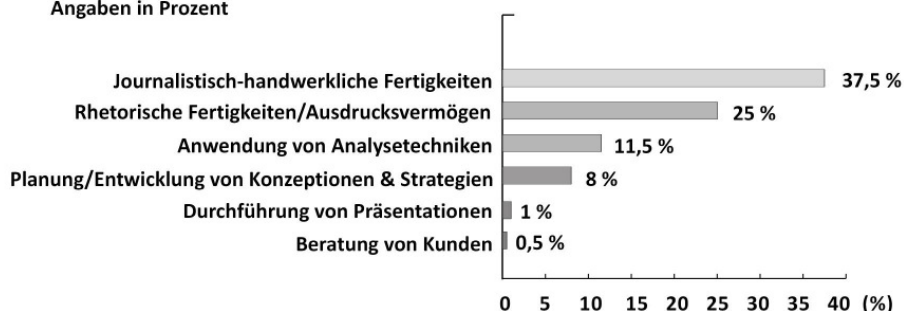
### 5. Geforderte Wissensgebiete

Anzahl: Alle Nennungen je Angebot (n = 483)  
Angaben in Prozent

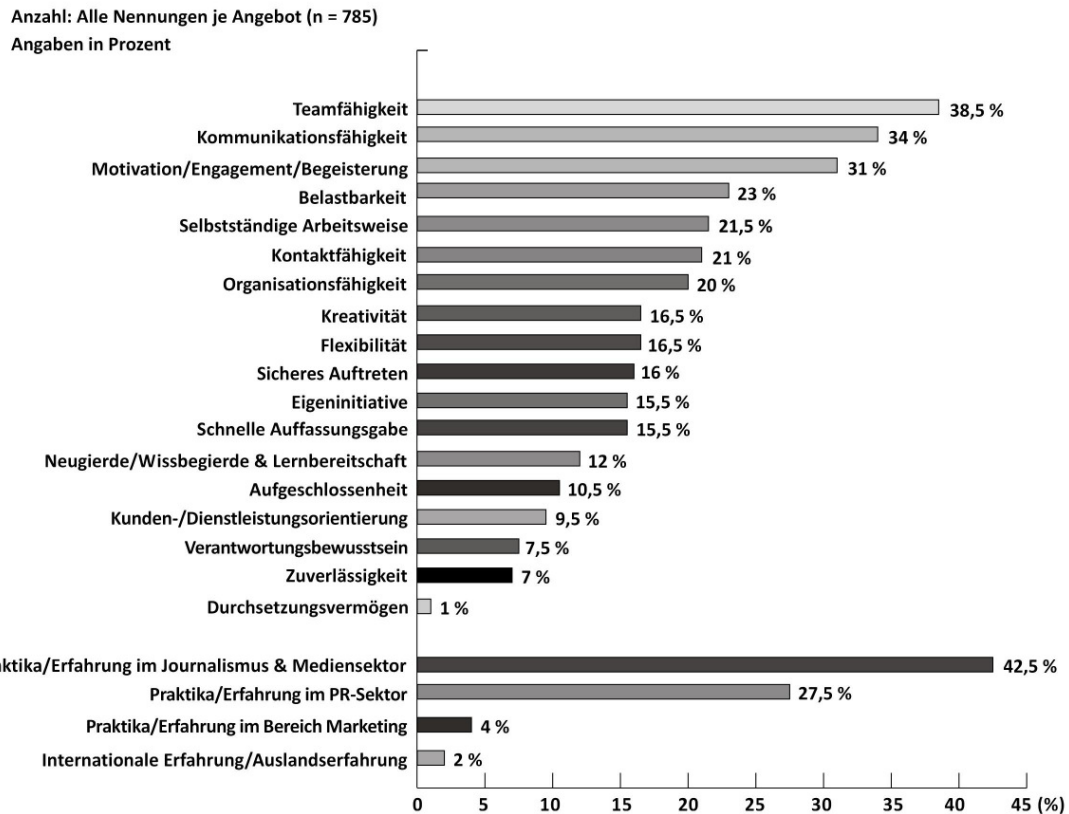


### 6. Geforderte Fertigkeiten

Anzahl: Alle Nennungen je Angebot (n = 167)  
Angaben in Prozent



## 7. Persönlichkeitsmerkmale und Erfahrungswerte



## 8. Persönlichkeiten mit Praxiserfahrung sind gefragt

Die Heterogenität des Berufsfeldes bietet Platz für Personen mit unterschiedlichen Qualifikationen und Kompetenzen. Dennoch besitzen bestimmte Erfahrungswerte und Charaktereigenschaften bei der Rekrutierung von Volontären einen hohen Stellenwert. Personen, die über ein Volontariat in die PR einsteigen wollen, sollten daher idealerweise über praktische Erfahrungen im Bereich Journalismus und Medien (42,5 Prozent) oder Public Relations (27,5 Prozent) verfügen. Fähigkeiten wie beispielsweise Kreativität, Belastbarkeit, Motivation, Kommunikations- und Teamfähigkeit – ebenso wie eine schnelle Auffassungsgabe und selbstständige Arbeitsweise – sind weitere zentrale Anforderungen an Bewerber. Dabei handelt es sich weitestgehend um unspezifische Persönlichkeitsmerkmale, die auch auf andere Berufsbilder zutreffen können und eher als notwendige Basis für den Berufseinstieg zu verstehen sind. Denn professionelle PR-Arbeit ist mit Talent und entsprechender Persönlichkeit allein nicht auszuführen – schließlich handelt es sich um ein äußerst komplexes und expandierendes Berufsfeld. *von Julia Laska*

### Hintergrundinformationen:

Die Untersuchung mittels quantitativer Inhaltsanalyse zeigt Entwicklungslinien und Tendenzen zum PR-Berufseinstieg via Volontariat. Die Basis für die Analyse bilden 200 Stellenangebote, die zwischen Januar und Dezember 2008 in Online-Jobbörsen veröffentlicht wurden und Volontariate im PR-Bereich anbieten. Die Untersuchung entstand im Rahmen einer Abschlussarbeit für den Bachelor-Studiengang *Journalismus und Public Relations* an der Fachhochschule Gelsenkirchen.