

# Ausbildungs-Curriculum PR-Volontariat

Beispiel aus Industrieunternehmen: Im Unternehmen ist als grundsätzliches Ziel der Ausbildung definiert worden, dass die Absolventen sich im Anschluss an das Volontariat in alle Kommunikationsbereiche im Unternehmen kurzfristig einarbeiten können müssen. Im Verlauf des Volontariats werden neben fachlichen Kompetenzen auch die unternehmensspezifischen Kenntnisse generell sowie in Bezug auf die Kommunikation und das Wissen über die Branche/n, in denen das Unternehmen tätig ist, vermittelt. Dazu werden Ausbildungsstationen sowohl in den Bereichen der Corporate Communication als auch in den eher produkt- und kundennahen Bereichen in der Kommunikation aufgesetzt.

*von Dr. Astrid Kasper und Tomke Prey*

## 1. Das Unternehmen und seine Kommunikationsaktivitäten

### 1.1. Informationen zum Unternehmen

(Einführung durch Präsentationen, Diskussionen, Schulungen während des Volontariats)

- Strategie, Ziele, Grundwerte, Leitlinien
- Organisation
- Geschäftskennntnisse, Prozesse

### 1.2. Einblicke in das wirtschaftliche, politische und gesellschaftliche Umfeld

- Einflüsse auf das Unternehmen
- Strategie und Maßnahme  
Bsp.: Einführung in Stakeholderanalyse, Marktforschungsergebnisse, Umfragen, Monitoring, Mitarbeit bei Kommunikationskonzepten, Bedeutung von Agendasetting

### **1.3. Kommunikation im Unternehmen**

(Einführung durch Präsentationen, Diskussionen, Schulungen)

- Bedeutung, Rolle und Verantwortung, Leitlinien
- Organisation
- Strategie, Ziele, Kernbotschaften, Zielgruppen

### **1.4. Markenmanagement**

- Bedeutung, Funktion und Rolle  
Bsp.: Seminar mit anderen Mitarbeitern, Erläuterung, Übungen
- Corporate Identity und Corporate Design  
Bsp.: Umsetzung bei allen Kommunikationsaktivitäten von Anzeigen, Fotos, Messeauftritte bis Give-Aways

### **1.5. Monitoring und Erfolgskontrolle – Wertbeitrag der Kommunikation**

(Vortrag und Einblick)

Bsp.: Monitoring von Medien zu bestimmten Themen und Auswertung, von Markenstudie bis zu Kundenzufriedenheitsanalysen, Aufbereitung und Auswertung Medienresonanzanalyse nach Pressekonferenz, Überprüfung der Konzeption und Zielerreichung, Erarbeitung Konsequenzen

## **2. Grundlagen der PR**

### **2.1. Media Relations**

- Strategie, Botschaften, Ziele, Organisation, Planung  
Bsp.: Information, Unterstützung bei Überprüfung der Botschaften
- Plattformen der Pressearbeit: Pressemeldung, Interviews, Hintergrundgespräche  
Bsp.: Recherche, Erstellen von Texten, Redigieren, Vorbereitung von Fragen- und Antwortkatalog, Vorbereitung von Interviews, Abstimmung
- Pressekonferenz, Eventmanagement,  
Bsp.: Ankündigung, Einladungsorganisation, Ortsbesichtigung,

Einbeziehung Film und Foto, Betreuung während der Konferenz, Telefondienst

- Online Pressearbeit, Social Media,  
Bsp.: Mit Pressesprecher den Webauftritt gestalten, Mitwirkung bei Relaunches, Unterstützung der Nutzung ausgewählter Social Media Kanäle, Entwicklung von Reaktionen
- Umgang mit Journalisten,  
Bsp.: Konzeption, Abstimmung, Organisation und Durchführung eines Besuchs einer Journalistengruppe, Programmherstellung, Teilnehmer des Unternehmens anfragen und vorbereiten, Botschaften, Fragenkatalog, Pressemitteilung entwerfen, telefonische Anfragen beantworten
- Medienrecht, Medienethik (Schulung bzw. Seminar während des Volontariats, Informationen am Arbeitsplatz)

## **2.2. Interne Kommunikation**

- Strategie, Botschaften, Ziele, Organisation, Planung  
Bsp.: Information, Unterstützung bei Überprüfung der Botschaften
- Medien – Print und Online, Social Media  
Bsp.: Einblick und Mitarbeit Redaktion interne Medien, Recherche im Unternehmen, Artikelerstellung zu diversen Themen wie Forschung, Jubiläen, Veranstaltungen, Produkten, Interviews mit Mitarbeitern, Print- und Onlinebeiträge
- Mitarbeiterveranstaltungen  
Bsp.: Konzept und Botschaften abstimmen, Einladung, Präsentation erstellen, Briefing der Führungskräfte, Organisationsmanagement

## **2.3. Krisenkommunikation**

- Strategie, Hintergrund, Bedeutung (Schulung, Planspiel)
- Bestandteile, Durchführung, Abstimmung  
Bsp.: Information, Unterstützung bei Überprüfung der Aktualität, Mitwirkung bei Schulungen und Planspiel, zielgruppengerechte Aufbereitung (Mitarbeiter, Studenten)

## **2.4. Marktkommunikation – Produktkommunikation – Kundenkommunikation**

- Strategie, Botschaften, Ziele, Organisation (Schulung bzw. Seminar während des Volontariats, Informationen am Arbeitsplatz)
- Zusammenarbeit/Anforderungen von Vertrieb, Marketing, etc.  
Bsp.: Information zu Grundlagen, Mitwirkung bei der Erarbeitung von Marketingkommunikationskonzepten, zielgruppengerechte Anwendung von Maßnahmen zur Unterstützung des Vertriebs, Mitarbeit bei Analyse Markenarchitektur
- Fachpresse: Kundenzeitschrift, fachspezifische Newsletter, etc.  
Bsp.: Konzeption, Redaktion, Themenrecherche für Artikel, Abstimmung mit den Fachexperten und Vorgesetzten – lokal und international, Chef vom Dienst für Kundenzeitschrift, Unterstützung bei Fachpressekonferenz
- Marktkommunikationsmaßnahmen – Kunden und Endkonsumenten  
Bsp.: Konzeption und Umsetzung von Broschüren, Direct Mailings, Kundenevents, Messeauftritte, Anzeigen

## **2.5. Social Media**

- Strategie, Botschaften, Ziele, Organisation  
Bsp.: bei Guidelines mitwirken, Wordings und Messagings zu bestimmten Themen erarbeiten
- Umsetzung: Social Media Kanäle beherrschen, Einsatz Bewegtbild  
Bsp.: regelmäßig eigene Themen in diverse Kanäle einbringen wie Twitter, Facebook etc., Pressesprecher bei Social Media Aktivitäten unterstützen
- Engagement: Dialogisches Storytelling  
Bsp: Agendasurfing: kontinuierliches Scannen der Twittersphere/ des Webs nach interessanten Themen/Posts von Dritten und Retweets, Reposts etc. initiieren, für wichtige PR Aktivitäten dialogische Maßnahmen mitaufsetzen
- Umgang mit Webinfluencern  
Bsp: Webinfluencer für Themen identifizieren und Relationship mitaufbauen/pflegen, Organisation von speziellen Webinfluencer Events

Im Rahmen der Aktivitäten des Unternehmens können Ausbildungsstationen auch in weiteren ergänzenden Themen eingeplant werden. Dazu gehören beispielsweise Change Kommunikation, Public Affairs, Corporate Social Responsibility, Investor Relations, Employer Branding. Für diese Bereiche werden die Grundlagen vermittelt. Einblick und Mitarbeit erfolgt je nach Verfügbarkeit.

### **3. Praxis der PR (Kompetenzen, Skills)**

#### **3.1. Schreibpraxis**

- Journalistisches Schreiben für unterschiedliche Medien, Textformen, Zielgruppen
- Storytelling
- Reden, Fachbeiträge, etc.

#### **3.2. Recherchetechniken, Interviewtechniken, Gesprächsmoderation**

- Planung, Briefing, Durchführung, Abstimmung

#### **3.3. Kommunikationskonzeption und Planung**

- Zielgruppenanalyse, Strategien entwickeln, Budgetplanung
- integrierte Kommunikationskonzepte

#### **3.4. Projekt Management**

#### **3.5. Steuerung und Monitoren von Dienstleistern**

- Umgang mit Agenturen, Druckereien, Herstellungstechniken etc.
- Ausschreibung, Kalkulation von Projekten, Einkaufsrichtlinien, Abwicklungsprozesse

#### **3.6. Präsentationstechniken**