Kommunikation verantworten.
Bundesverband
deutscher Pressesprecher

PR-VOLONTARIAT

Kurzpräsentation der Umfrageergebnisse
2017

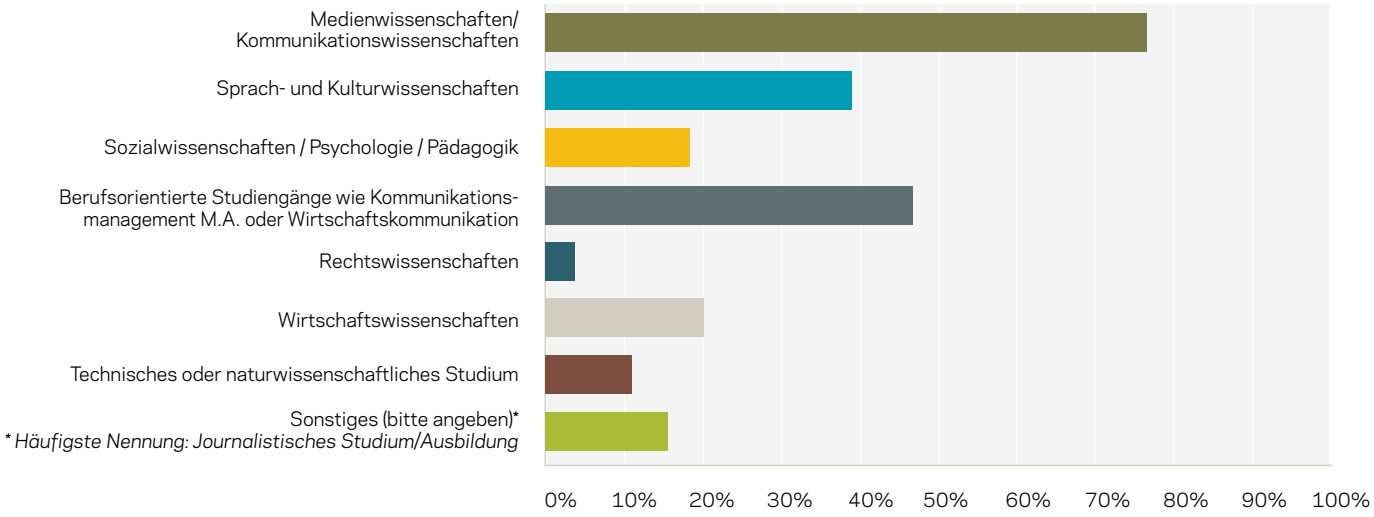
EINFÜHRUNG

Für den Berufseintritt ist das PR-Volontariat / Traineeship ein guter Einstieg in das professionelle Kommunikationsmanagement. Die praxisorientierten, zeitlich limitierten Programme richten sich an Hochschulabsolventen. Innerhalb von gewöhnlich 12 bis 24 Monaten durchlaufen die PR-Volontäre ein Ausbildungsprogramm, das ihnen nicht nur ein grundlegendes (Prozess-) Verständnis für die Organisation in der sie arbeiten vermittelt, sondern sie auch im Umgang mit spezifischen, praktischen Anforderungen aus dem Beruf schult. Darunter sind all die Aufgabenbereiche, mit denen eine Presse- oder Kommunikationsabteilung tagtäglich zu tun hat. So die Erstellung von Presseinformationen oder Publikationen, die Organisation von Presseveranstaltungen, die Pflege von Website & Social Media Kanälen oder die Bearbeitung von Medienanfragen. Darüber hinaus lernen viele Volontäre im Rahmen ihres Ausbildungsplans alle weiteren Abteilungen kennen oder haben in großen Konzernen die Möglichkeit, werksübergreifend zu rotieren. Ziel ist grundsätzlich, jemand so gut in die Organisation einzuarbeiten, dass er nach Ende des Programms übernommen werden kann.

Mit einer Umfrage unter BdP-Mitgliedern hat der BdP aktuelle Rahmendaten und Informationen rund um das Angebot von PR-Volontariaten ermittelt.

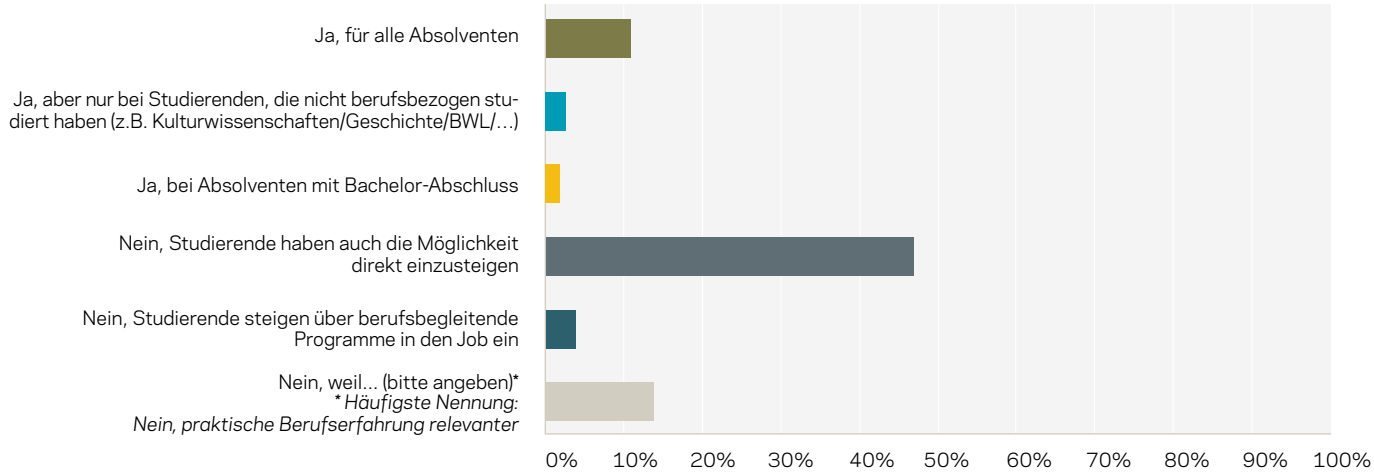
Umfragezeitraum: März 2017
Anzahl Antworten: 218, entspricht 5,2 %
Teilnehmer: 58% Unternehmen, 15 % Öffentliche / staatl. Institution / Kultur, 20% Vereine/Verbände/NGO/Politische Parteien, 7 % Sonstiges
Anzahl Mitarbeiter: Mehr als 5.001 (27 %), 1.000 – 5.000 (25 %), 501 – 1.000 (12 %), 200 – 500 (11 %), 101 – 200 (5 %), 51 – 100 (5 %), 11 – 50 (11 %), 1 – 10 (3 %)

Q1 Welche Studiengänge bevorzugen Sie bei der Direkteinstellung ohne Volontariat im Bereich Presse / PR / Kommunikation?



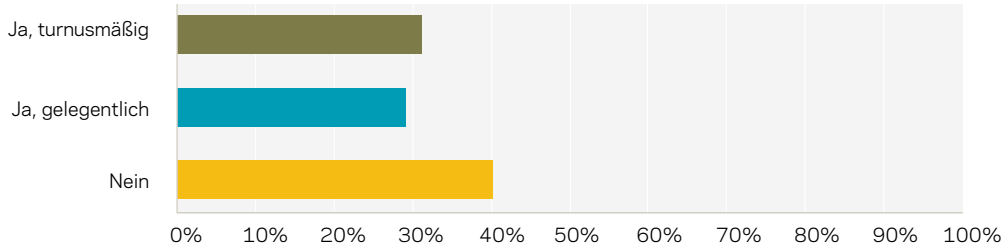
Bei unseren teilnehmenden Mitgliedern haben berufsorientiert Studierende einen klaren Wettbewerbsvorteil.

Q2 Ist ein (absolviertes) PR-Volontariat bei Ihnen Einstellungsvoraussetzung im Bereich Kommunikation für Bewerber mit Universitätsabschluss?



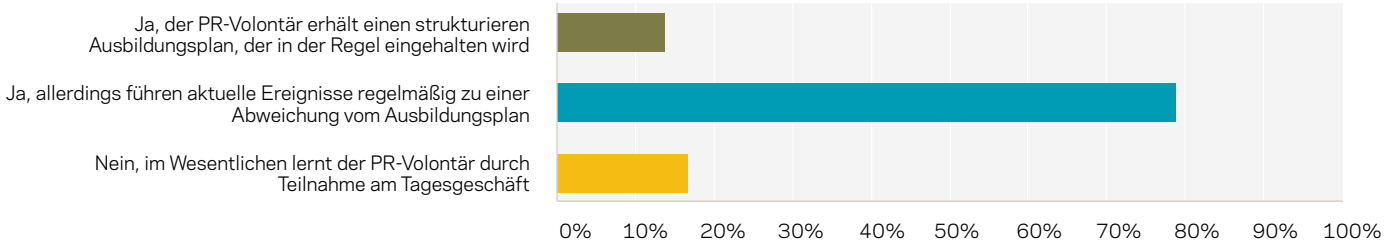
PR-Volontariate sind nur bei einem kleineren Teil Einstellungsvoraussetzung. Fast die Hälfte bietet auch den Direkteinstieg, häufig nach Kennenlernphase über Praktika an.

Q3 Bietet Ihre Organisation / Ihr Unternehmen selbst ein oder mehrere PR-Volontariate an?



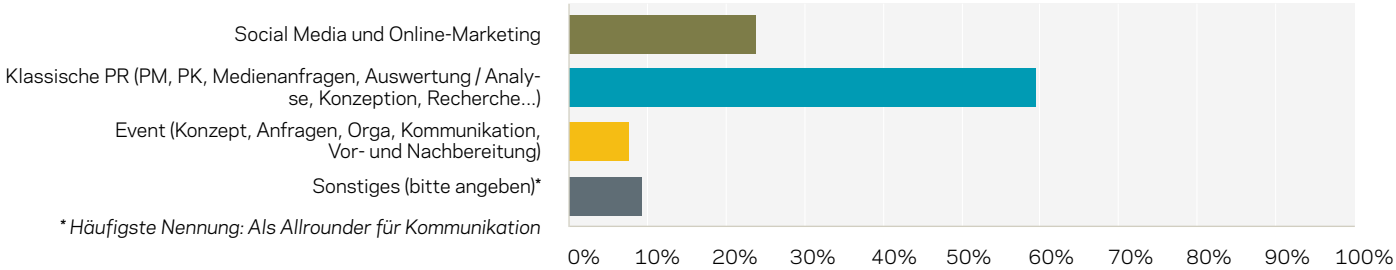
Immerhin 60 % der teilnehmenden Mitglieder bieten Volontariate, manche wenigstens gelegentlich, an. Das ist ein hoher Wert. Aber auch für die 40%, die es noch nicht tun, könnte dieses Angebot Vorteile bringen.

Q4 Ist das Volontariat durch einen Ausbildungsplan strukturiert?



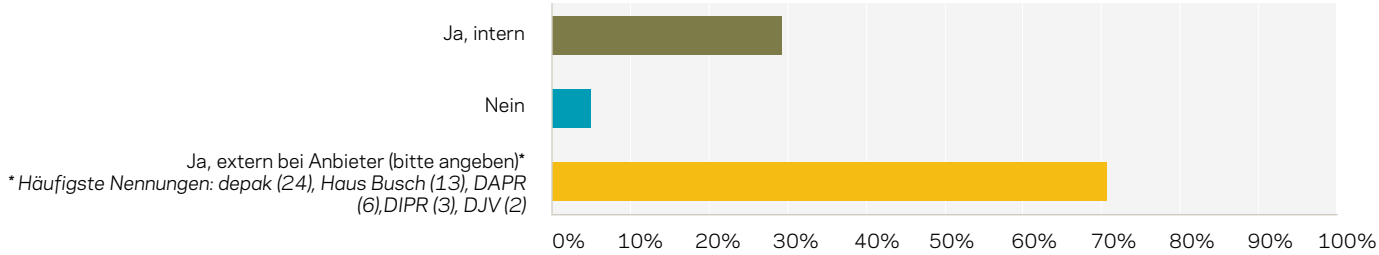
Erfreulicherweise erfüllen 85% die Basisanforderung und legen einen strukturierten Ausbildungsplan zugrunde.

Q5 Wofür stellen Sie Studienabsolventen / Volontäre bevorzugt ein?



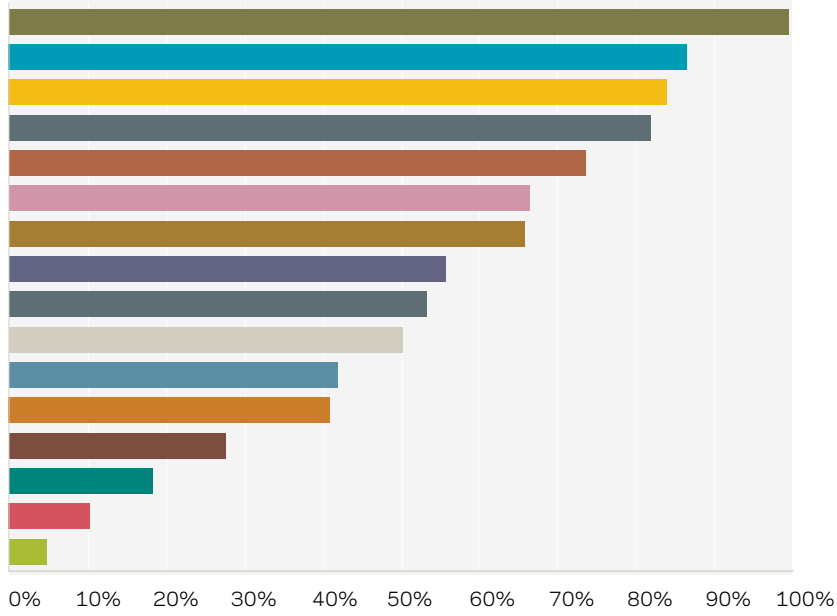
Mit 60% überwiegt die Einstellung für klassische PR, mit 20% gibt es aber einen signifikanten Fokus auf Social Media.

Q6 Gibt es Weiterbildungsmöglichkeiten für Volontäre in Ihrem Unternehmen / Ihrer Organisation?



Teilnehmer, die Volontariate anbieten sind in vollem Maße bereit, in die Weiterbildung der Volontäre zu investieren: 30% in interne, sogar 70% in externe Weiterbildung.

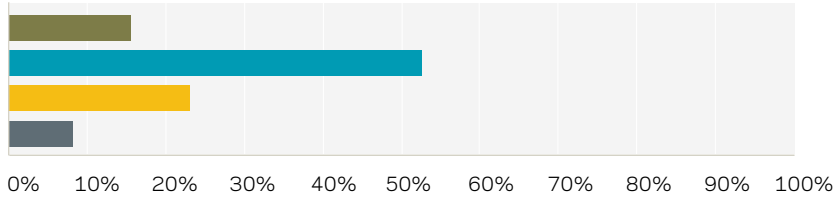
Q7 Welche Themenbereiche durchläuft der Volontär bei Ihnen laut Ausbildungsplan?



** Häufigste Nennung: Eventmanagement*

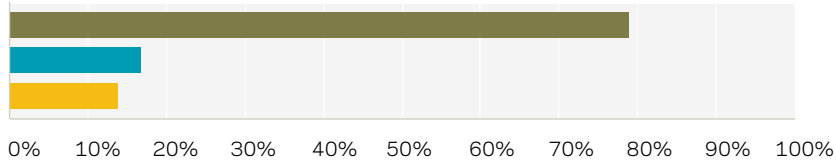
Pressearbeit, Social Media, Schreibpraxis und Interne Kommunikation sind die Themenbereiche, die Volontäre am häufigsten durchlaufen.
Konzeption und Planung werden ebenfalls von etwa zwei Dritteln angeboten.

Q8 Wie viel Gehalt wird Volontären in Ihrer Organisation monatlich brutto gezahlt?



Im Unterschied zu Praktika für Studenten werden Volontäre als Auszubildende auf akademischem Niveau durchgängig bezahlt: größtenteils mit 1.500 € bis 2.000 € pro Monat.

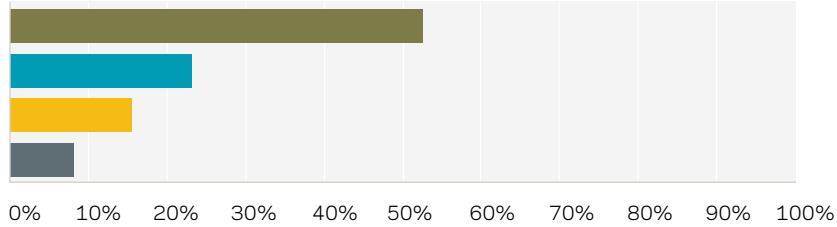
Q9 Übernehmen Sie Volontäre nach ihrem Volontariat?



** Häufigste Nennung: Keine weitere Stelle vorgesehen.*

15 % übernehmen Volontäre in der Regel, 78% nach Möglichkeit.
Insofern ist das PR-Volontariat die Einstiegschance mit hoher Wahrscheinlichkeit.

Q10 Warum bieten Sie bisher kein Volontariat an?



** Häufigste Nennung: Keine Kapazitäten zur Betreuung.*

Als Hemmnisse geben von den 40% teilnehmenden Mitgliedern, die kein Volontariat anbieten an: kein Bedarf (50%), Unklarheit über Anforderungen (20%).

FAZIT

Für das Berufsziel PR & Kommunikationsmanagement gibt es inzwischen eine Vielzahl an berufsorientierten Studiengängen, die bereits sehr umfassend für den späteren Berufsalltag qualifizieren. Inzwischen kommt auf diesem Weg nach den Ergebnisses der Berufsfeldstudie „Profession Pressesprecher“ 2015 schon ein Drittel des Nachwuchses in die Profession.

Das bedeutet im Umkehrschluss: Immer noch zwei Drittel der Berufseinsteiger sind Quereinsteiger. Und für sie ist ein PR-Volontariat in seiner Bedeutung als Einstiegschance kaum zu überschätzen. Grundsätzlich haben größere Unternehmen wegen der breiteren Themenvielfalt oft auch eine größere Bereitschaft, Quereinsteigern aus dem sozial- und geisteswissenschaftlichen Bereich eine Chance zu geben.

Generell gibt es für die Unternehmen und Organisationen kaum eine bessere Möglichkeit, Einsteiger kennenzulernen, passend einzuarbeiten, um sie dann auf eine verantwortliche Position zu setzen. Deshalb bieten 60 Prozent der teilnehmenden Organisationen diese Möglichkeit an - und zwar in großer Mehrheit mit einem strukturierten Ausbildungsplan und einer angemessenen Vergütung.

Insgesamt berücksichtigen die teilnehmenden Unternehmen und Organisationen bei ihrer Einstellungspraxis den individuellen Werdegang der Hochschulabsolventen: Für berufsorientiert Studierende genügt oft ein guter Hochschulabschluss an einem guten Kommunikationsinstitut mit einer Reihe von einschlägigen Praktika. Für Quereinsteiger empfiehlt sich wegen der dort zu erwerbenden Methodenkompetenz fast immer ein Volontariat / Traineeship.

Mit dieser Umfrage will der BdP seinen Mitgliedern und den Young Professionals Orientierung geben. Wir glauben, dass es bei unseren Mitgliedern vor allem mittlerer Größe noch Potenzial gibt, Volontariate anzubieten. Deshalb legt der BdP seinen Leitfaden Volontariat 2018 noch einmal mit dem Fokus Mittelstand neu auf.

Studierenden, die Interesse an der Profession Kommunikation haben, können wir auf Basis dieser Einstellungspraxis empfehlen, entweder berufsorientiert zu studieren und den Direkteinstieg zu suchen, oder das Studium des Interesses aufzunehmen und in jedem Fall ein PR-Volontariat einzuplanen.

Bundesverband deutscher Pressesprecher e. V.

Oberwallstraße 24
10117 Berlin

info@pressesprecherverband.de
www.pressesprecherverband.de