



Leitfaden

Volontariat PR-Management und -Redaktion

Standards zur Ausbildung in Kommunikationsabteilungen von Wirtschaft, Wissenschaft, Non-Profit-Organisations (NPO), Non-Governmental Organisations (NGO) und öffentlichen Verwaltungen.

Inhalt

Vorwort	3
1. Voraussetzungen für ein Volontariat.....	4
2. Ausbildungsstelle und Betreuung.....	4
3. Ausbildungsplan.....	4
4. Überbetriebliche Ausbildung, Praxisphasen, interne Weiterbildung.....	4
5. Dauer des Volontariates	5
6. Vergütung.....	5
7. Musterausbildungsplan.....	5

Vorwort

Eine umfassende Ausbildung des journalistischen Nachwuchses in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von Unternehmen, Verwaltungen und Organisationen sollte einheitlichen Kriterien und Standards entsprechen.

Der Bundesfachausschuss Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hat die bestehenden Empfehlungen des DJV überarbeitet und legt mit diesem Leitfaden eine Orientierung für eine qualitativ hochwertige Ausbildung der Nachwuchskräfte im Berufsfeld Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vor.

1. Voraussetzungen für ein Volontariat

Angehende Volontärinnen und Volontäre weisen in der Regel ein abgeschlossenes Hochschulstudium vorzugsweise in der Fachrichtung Kommunikationswissenschaft, Medienwissenschaft oder einer anderen Disziplin der Geisteswissenschaften vor. Es sollten gute Vorkenntnisse und Praxiserfahrungen im journalistischen Bereich und/oder in der Medienkommunikation vorliegen.

2. Ausbildungsstelle und Betreuung

Die ausbildende Einrichtung muss der Ausstattung nach geeignet sein, eine qualifizierte Ausbildung zu gewährleisten. Eine Person, die selbst eine journalistische Ausbildung oder mehrjährige Berufserfahrung im Bereich Unternehmenskommunikation hat, soll die Ausbildung verantwortlich betreuen. Dieser Ausbilder oder diese Ausbilderin muss sich in regelmäßigen Gesprächen mit der Volontärin und dem Volontär über den Ausbildungsstand informieren. Zusätzlich sollen die Ausbilderin und der Ausbilder oder ein anderes geeignetes Teammitglied und auch die Führungskraft für Nachfragen und Probleme ansprechbar sein. Die Gespräche zum Ausbildungsstand haben regelmäßig statt zu finden. Die Ausbilderin und der Ausbilder soll im Volontariatsvertrag festgelegt werden.

3. Ausbildungsplan

Ein Ausbildungsplan, der die zu vermittelnden Tätigkeiten enthält, wird verbindlich vereinbart. Dieser wird soweit möglich an die Vorkenntnisse und sofern vor dem Hintergrund des Ausbildungsziels sinnvoll, auch an besondere Interessen der Volontärin und des Volontärs angepasst (siehe Musterausbildungsplan). Der Ausbildungsplan sieht den Durchlauf verschiedener Fachbereiche/Abteilungen im Unternehmen vor und unterscheidet zwischen verpflichtenden und optionalen Tätigkeiten. Bei der Ausbildung sollen die meisten der Tätigkeiten von der Pressestelle vermittelt und dort ausgeübt werden können.

4. Überbetriebliche Ausbildung, Praxisphasen, interne Weiterbildung

Überbetriebliche Ausbildungseinheiten im Umfang von mindestens vier Wochen pro Ausbildungsjahr (vorzugsweise Teilnahme am Volontärskurs in dafür vorgesehenen Ausbildungsstätten) gehören zum Volontariat, da sie die Ausbildung auf ein gutes theoretisches und praktisches Fundament stellen. Die Kursteilnahme ist von der ausbildenden Institution zu finanzieren. Darüber hinaus haben sich Praxisphasen außerhalb

der Pressestelle bewährt (Radio, Fernsehen, Zeitung, PR-Agenturen und Dienstleister). Die internen Weiterbildungsmöglichkeiten der ausbildenden Stelle sollen den Volontärinnen und Volontären genauso offenstehen wie den anderen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

5. Dauer des Volontariates

Das Volontariat ist auf die Dauer von 24 Monaten ausgelegt. Es kann verkürzt werden, wenn aufgrund journalistischer Vorkenntnisse gewährleistet ist, dass der Umfang der Ausbildung in kürzerer Zeit vermittelt werden kann.

6. Vergütung pro Monat

1. Ausbildungsjahr 2.059 Euro

2. Ausbildungsjahr 2.372 Euro

(angelehnt an den Gehaltstarifvertrag der Zeitungen, Stand 2021)

7. Musterausbildungsplan

7.1. Aufgabenbereich und Tätigkeitsfelder: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Diese Kernaufgaben der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit stehen im Mittelpunkt des Volontariats:

- Verfassen von Presstexten
- Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Pressegesprächen und -konferenzen
- Bearbeitung von Medienanfragen
- Krisenkommunikation
- Pflege der Website mittels Content Management Systems (CMS) einschließlich Grundlagen der Bildbearbeitung und Bearbeitung von Audiodateien
- Redaktion der Social-Media-Kanäle (LinkedIn, Xing, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, TikTok, Messenger, Podcasts u.a.)
- Redaktion von Mitarbeiterzeitung und Newslettern (Online- und Printmedien)
- Kenntnisse von Corporate Design (CD) und Corporate Identity (CI)
- Medienresonanzanalyse
- Mitarbeit an der Entwicklung von Kommunikationskonzepten
- Organisation von Veranstaltungen

- Grundlagen der Betriebs- und Volkswirtschaftslehre, Kostenplanung und Budget-Verantwortung
- Grundlagen des Medienrechts

7.2. Ausbildungsplan: Lernziele

Die Lernziele beschreiben die Architektur des Ausbildungsplans, ohne ihn generell zu fixieren. Wie die Lernziele in den einzelnen Fachabteilungen erreicht werden, hängt von der Kommunikationsstruktur der ausbildenden Organisation ab.

Bereich	Lernziele
Unternehmen allgemein	Kennenlernen der Organisationsstruktur und der Kommunikationswege
Pressestelle	<p><u>Medienkommunikation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einführung in Mittel und Methoden der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit – Grundlagen der Kommunikation mit externen Medien – Analyse der konkreten Medienlandschaft – Journalistische Werkzeuge wie Recherche, Interviewtechniken etc. – Erstellen von Pressemitteilungen – Vorbereitung und Durchführung von Pressegesprächen, Pressekonferenzen – Formulieren und Abstimmen von Statements – Interview- und Kameratraining – Wirkungsanalyse-Tools kennenlernen und anwenden – Grundlagen des Presserechts – Kennenlernen von Kommunikationskonzepten des Unternehmens/der Organisation/der Verwaltung – Zusammenarbeit und Steuerung mit und von Agenturen – Grundlagen der Krisenkommunikation (auch für Interne Kommunikation). <p><u>Onlinekommunikation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Einführung in das Content Management System (CMS) – Aufbau und Pflege der Homepage

	<ul style="list-style-type: none"> – redaktionelles Management der Social-Media-Kanäle – grundlegende Rechtsfragen wie Bild- und Tonrechte, Quellenangaben, Bildbearbeitung und Datenschutz (DGSVO)
	<p><u>Visuelle Kommunikation</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – Kennenlernen des Corporate Designs – Grundlagen der Gestaltungsvorgaben Grafik/Design – Grundlagen der Bild-, Audio- und Videobearbeitung – Kennenlernen des Portfolios der Publikationen und des Fotoarchivs – Grundlagen des Corporate Publishing (z. B. Quartals- und Geschäftsberichte, Nachhaltigkeits- und Corporate Governance-Reports) – Online-Recherche in Fotostocks
Interne Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> – Kennenlernen der internen Kommunikationskanäle (Intranet, Videokonferenz-Tools oder ähnliche Programme, E-Mail-Verteiler) – Auswerten der Medieninformationen in Form von Pressespiegeln, Briefing-Mails oder Newsrooms – Beratung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mit Medienkontakten – Kennenlernen der Rolle der Kommunikation im Change Management – Grundlagen der Krisenkommunikation (auch Medienkommunikation) – Kennenlernen der Schnittstellen zur Abteilung Human Resources (HR) und der Bedeutung von Personalmanagement für die Unternehmenskommunikation.
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> – Stadt- bzw. Unternehmensmarketing – Unterschiede zwischen Pressearbeit und Marketing – Kennenlernen von Kampagneninstrumenten – Einführung in das Veranstaltungsmanagement

7.3. Ausbildungsplan: Stationen

Die Ausbildung sollte vorzugsweise in den Unternehmen und Organisationen stattfinden. Aber Qualifikationsblöcke in anerkannten Instituten sowie der Einblick in die Arbeitsweise der Medien sind wichtige und empfehlenswerte Bestandteile für das Verständnis von Journalismus und PR.

Intern	Extern
<ul style="list-style-type: none">– hauptsächlich in der Pressestelle des Unternehmens, der Organisation, der Verwaltung– Hospitanzen:<ul style="list-style-type: none">- Rechtsabteilung- Tochterunternehmen- Produktion- Vertrieb- Controlling und Finanzen- Marketingabteilung (oder externe Agentur)	<ul style="list-style-type: none">– Teilnahme an Volontärskursen bei von den Berufsverbänden der Medienkommunikation anerkannten Instituten der journalistischen Bildungsarbeit– Hospitanz bei Printmedien, bei TV-/Radio-Sendern, Online-Portalen– regelmäßige Fortbildung für Social Media Management