

1. Beschreibung der Institution, die den Praktikumsplatz gestellt hat

Mein Praktikumsplatz wurde von der Fraktion von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN im Landtag Rheinland-Pfalz gestellt.

„Der Landtag Rheinland-Pfalz ist das oberste Organ der politischen Willensbildung im Land. Seine 101 Mitglieder werden alle fünf Jahre vom Volk gewählt. Die wichtigsten Aufgaben des Landtags sind die öffentliche Diskussion der unterschiedlichen Interessen der Bevölkerung, die Wahl des Ministerpräsidenten und die Bestätigung der Landesregierung, die parlamentarische Kontrolle der Landesregierung und der ihr nachgeordneten Verwaltung und die Festlegung des Landeshaushalts und die Landesgesetzgebung. Die Abgeordneten der gleichen Partei schließen sich zu Fraktionen zusammen. Die Fraktionen sind also die *politischen* Gliederungen des Landtags. Die Fraktionen koordinieren die Arbeit ihrer Mitglieder. Sie ermöglichen ihnen, sich auf bestimmte Politikbereiche zu spezialisieren, sie führen die Auffassungen der Fraktionsmitglieder zu den Themen, die im Landtag behandelt werden, zu gemeinsamen Standpunkten zusammen und sie bringen gemeinsamen Initiativen, Anträge und Anfragen im Landtag ein.“¹

Die Fraktion von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN ist in der aktuellen Wahlperiode mit nur sechs Fraktionsmitgliedern die kleinste Fraktion im rheinland-pfälzischen Landtag. Fraktionsvorsitzende ist Ise Thomas, stellvertretende Vorsitzende sind Dr. Bernhard Braun und Reiner Marz.

2. Beschreibung des konkreten Einsatzbereiches

Jede Fraktion im Landtag hat ein Referat für Presse-und Öffentlichkeitsarbeit. Ich habe mein Praktikum im Referat für Presse-und Öffentlichkeitsarbeit der Fraktion von BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN im Landtag in Rheinland-Pfalz absolviert. Die Aufgabe dieses Referates ist es, die Politik der Fraktion über die Medien an die Öffentlichkeit bzw. an die (potenziellen) Wähler zu kommunizieren. Dabei werden hauptsächlich Printmedien, aber auch Radio und Fernsehen sowie das Internet genutzt. Jegliche Informationen, die an die Medien weitergegeben werden, müssen mehrfach auf ihre formale und inhaltliche Richtigkeit überprüft werden. Aus diesem Grund muss das Referat eng mit den Abgeordneten und wissenschaftlichen Mitarbeitern zusammenarbeiten.

3. Personelle Ausstattung des Einsatzbereiches, Art der Betreuung während des Praktikums, Zeitpunkt und Dauer des Praktikums, Perspektiven hinsichtlich einer Anschlussbeschäftigung

Insgesamt sitzen in der Abteilung Öffentlichkeitsarbeit der Fraktion von BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN im Landtag 4 Mitarbeiter. Es gibt eine Pressesprecherin, einen stellvertretenden Pressesprecher, der sich hauptsächlich um die Pflege der Homepage kümmert und 2 Mitarbeiterinnen, die für den Bereich „Veranstaltung“ zuständig waren. Die Betreuung meines Praktikums wurde übernommen von Frau Christiane Schäfer, Pressesprecherin und Herrn Olaf Hagedorn, stellvertretender Pressesprecher. Beide waren direkt für mich zuständig und haben mir meine Aufgaben erklärt, zugeteilt und überprüft. Beide sind von der Deutschen Gesellschaft für Public Relations zertifizierte Pressesprecher. Die Dauer des Praktikums betrug 6 Wochen, es begann am 8. März und endete am 21. April 2004. Was eine Anschlussbeschäftigung betrifft, so müsste man nach unserem Abschluss in Medien- und Kulturwissenschaften sicherlich erst einige Jahre praktisch als Pressesprecher oder Journalist arbeiten oder einen Master-Studiengang im Bereich Public Relations absolvieren, bevor man eine Stelle in der Fraktion als Pressesprecher/in antreten könnte.

4. Beschreibung der ausgeübten Tätigkeiten und Reflexion über den Stellenwert der universitären Ausbildungsinhalte in dem jeweiligen Kontext

Ich hatte das große Glück, in alle Tätigkeiten der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit konkret eingebunden zu werden und mitarbeiten zu dürfen. Ich habe dabei geholfen, Pressekonferenzen und Veranstaltungen vorzubereiten, durchzuführen und nachzubereiten, ich habe die Pflege der Homepage teilweise vollkommen selbstständig übernommen, ich habe Pressemitteilungen verfasst, Informationspakete korrigiert und sprachlich überarbeitet etc. Ein normaler Arbeitstag im Referat für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beginnt um 9:00 morgens. Die erste Tätigkeit ist die Lektüre des vom Landtag selbst herausgegebenen Pressespiegels, der jeden Morgen erstellt wird. Ein/e Mitarbeiter/in des Landtags liest jeden Morgen die Zeitung, schneidet alle die Landespolitik betreffenden Artikel heraus, kopiert sie auf mehrere DIN A4 Seiten und verteilt sie an alle Fraktionen. Dieser Pressespiegel wird als Erstes gelesen. Dann werden die 3 -4 größten landesweiten Zeitungen von Pressesprecher und Öffentlichkeitsarbeitern gelesen. Das Ziel jeglicher

¹www.landtag.rlp.de

Öffentlichkeitsarbeit ist es natürlich, in die Medien zu kommen und somit die Wähler zu erreichen. Sämtliche Informationen, die an die Presse herausgegeben werden müssen deshalb doppelt und dreifach auf mögliche Fehler jeder Art überprüft werden: Rechtschreibfehler wirken unprofessionell, inhaltliche Fehler können schnell zum Bumerang werden und machen die Fraktion unglaubwürdig und angreifbar durch Journalisten und die anderen Fraktionen des Landtags.

Die Aufgabe des Pressesprechers ist also, jeden Morgen die Zeitungen durchzulesen um zu sehen, ob und in welcher Form die kommunizierte Politik in den Medien Resonanz gefunden hat. Im Idealfall wurden Originalsätze der Pressemitteilung in die Zeitung übernommen. Wurde etwas von der Presse falsch dargestellt, muss der Pressesprecher sich mit den Redakteuren in Verbindung setzen und eine Richtigstellung in die Wege leiten. Wurde ein für die Fraktion sehr wichtiges Thema überhaupt nicht in den Medien aufgegriffen, muss eventuell eine weitere Pressemitteilung verfasst und verschickt werden. Bei dieser Lektüre wird besonderes Augenmerk auf die Artikel gerichtet, die mit der eigenen Fraktion im Besonderen zu tun haben. Auch hier werden wieder die wichtigsten Artikel herausgeschnitten, kopiert und zu einem internen Pressespiegel zusammengestellt. Anschließend werden beide Pressespiegel zusammengefügt, doppelte Artikel natürlich weggelassen, und in die Fächer der Abgeordneten der Fraktion verteilt. So haben auch die Abgeordneten, die vielleicht oftmals wenig Zeit haben, mehr als eine Zeitung pro Tag zu lesen, trotzdem einen guten Überblick über die Resonanz der Presse auf ihre Politik. Anschließend widmet man sich dem jeweiligen Tagesgeschäft. Die Arbeit des Referates für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit besteht hauptsächlich aus folgenden Tätigkeiten: Verfassen von Pressemitteilungen, Planen, Durchführen und Nachbereiten von Pressekonferenzen und Veranstaltungen, Pflege der Homepage, tägliche Koordination mit den Abgeordneten, insbesondere mit der/dem Fraktionsvorsitzenden. Dazu kommen zusätzliche, nicht alltägliche Aufgaben wie z. B. in der Zeit meines Praktikums die Mithilfe bei der Organisation der Landesdelegiertenversammlung, dem Erstellen von Informationspaketen für einen Informationsstand der Fraktion auf dieser LDV und dem Fotografieren der Redner für die Homepage der Fraktion etc.

Presseinformation (PI)

In einer Pressemitteilung wird die zu vermittelnde Information auf idealerweise einer DIN A4 Seite kompakt zusammengefasst. Ganz wichtig ist ein korrektes Datum und das Logo/Emblem bzw. der Briefkopf im oberen Drittel der Pressemitteilung, damit die Journalisten sofort erkennen, von wem die PM stammt und wie aktuell sie ist. Durch

mehrere Absätze wird die PM optisch gegliedert. Die Fakten werden in normaler Schrift, sämtliche Stellungnahmen des für dieses Thema zuständigen Abgeordneten werden in Kursiv-Schrift gesetzt. So kann der Journalist auf den ersten Blick Tatsachen von politischen Meinungen unterscheiden. Generell sollte eine Pressemitteilung nicht mehr als 3 Botschaften, also 3 Kernpunkte enthalten. Sie sollte immer so kurz wie möglich gehalten werden(ohne natürlich auf wichtige Punkte zu verzichten!), weil Journalisten in der Regel von chronischem Zeitmangel geplagt sind und man Ihnen so entgegen kommen kann. Nach Fertigstellung wird die Pressemitteilung wird die PM in der Regel per Fax an die großen Nachrichtenagenturen (ddp, dpa etc.) verschickt.

Pressekonferenz (PK)

Erscheint ein Thema als besonders wichtig, wird eine Pressekonferenz anberaumt. Im Vorfeld muss anhand der LPK (Landespressekonferenz)-Liste ein geeigneter Termin koordiniert werden, damit man seine eigene PK nicht ungünstig platziert (z.B. an einem Tag an dem noch eine andere PK stattfindet). Hat man einen Termin gefunden, müssen die Journalisten eingeladen werden. In dieser Einladung, auf der Datum und Logo bzw. Briefkopf natürlich auch nicht fehlen dürfen, wird in kurzen, prägnanten Sätzen über den Inhalt der PK informiert. Diese Einladung sollen „Appetithäppchen“ für die Journalisten sein. Anschließend wird die Einladung zwei Wochen vorher verschickt. Ein paar Tage vor dem eigentlichen Termin wird noch mal eine Erinnerung verschickt. Außerdem muss man eine Pressevorlage erstellen. Nach der Pressekonferenz wird außerdem eine Pressemitteilung mit den groben Ergebnissen der Pressekonferenz verschickt. Sie enthält jedoch nicht so viel Informationen wie die Pressevorlage selbst, damit es sich für die Journalisten überhaupt lohnt, persönlich zur Pressekonferenz zu erscheinen. Am Tag der Pressekonferenz selbst spricht nur der zuständige Abgeordnete, der Pressesprecher selbst hält sich mehr oder weniger im Hintergrund und greift nur im Fall von „Kommunikations-Notfällen“ ein, wenn z.B. ein Journalist eine Frage stellt auf die der Abgeordnete nicht entsprechend antworten kann.

Pressekonferenzvorlage (PK-Vorlage)

Die Pressekonferenzvorlage gibt ausführlich Informationen zum Inhalt der Pressekonferenz. Liegt meist am Eingang des Konferenzraums aus oder wird den Journalisten vom Pressesprecher persönlich ausgehändigt.

Pflege der Homepage

Die Homepage ist sehr wichtig für die Öffentlichkeitsarbeit. Hier werden alle Pressemitteilungen, Anträge, große und kleine Anfragen der Abgeordneten an die Landesregierung, Berichte über Kreisbereisungen, Berichte über Veranstaltungen etc. veröffentlicht. Alte Dokumente lassen sich im Archiv finden. Deswegen muss sie täglich überarbeitet und aktualisiert werden. Mithilfe eines Content Management Systems wird die Seite erstellt und bearbeitet.

Stellenwert der universitären Ausbildung für das Berufsfeld der Presse-und Öffentlichkeitsarbeit

Was die universitären Ausbildungsinhalte angeht, so konnte ich leider auf kaum Wissen über Presse-und Öffentlichkeitsarbeit zurückgreifen. Ich habe das alles erst in meinem Praktikum gelernt. Einzig das Creative Writing Seminar „Werbetexten“ war ein wenig hilfreich. Es wurde in unserem Studiengang kein einziges Seminar zum Thema Public Relations angeboten und in die Kurse der Kommunikations-und Medienwissenschaften ist bekanntlich schwierig hereinzukommen. Natürlich lernt man auch in den anderen Seminaren zu formulieren, kritisch zu hinterfragen und wissenschaftlich zu arbeiten aber konkrete Lerninhalte, die auf eine Tätigkeit im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit vorbereiten, werden in unserem Studiengang nicht vermittelt.

5. Anregungen für die Entwicklung der universitären Ausbildungsinhalte

Obwohl im Berufsprofil des Studiengangs Medien-und Kulturwissenschaft der Bereich der Public Relations aufgeführt ist, gibt es keine Angebote an Seminaren, die diesen Bereich behandeln. Es gibt viele Studenten, die genau die Öffentlichkeitsarbeit interessiert. Gut wäre ein Seminar „Einführung in die Public Relations“, das die Grundbegriffe der Öffentlichkeitsarbeit erklärt. Hierbei sollte jedoch nicht wie so oft bei der Theorie stehen geblieben werden, sondern auch die Umsetzung des Wissens in die Praxis mit den Studenten geübt werden. Am besten wäre sicherlich, wie bei dem schon von mir erwähnten Seminar „Werbetexten“ aus dem Bereich „Creative Writing“, wenn ein Professional dieses Seminar geben würde. Jemand, der sich wirklich in der Branche auskennt und sein Wissen über Kommunikationsprozesse und Öffentlichkeitsarbeit nicht nur aus Büchern hat. Auch müssten mehr Seminare im Bereich Journalismus angeboten werden, damit man überhaupt die Chance hat, in diese Kurse überhaupt hinein zu kommen. Diese Kurse wären dann nicht nur für angehende Journalisten interessant, sondern auch für angehende Pressesprecher bzw. PR-Manager. Für diese ist es nämlich unerlässlich zu wissen wie die Arbeitsabläufe der Journalisten aussehen, um optimal mit ihnen zusammenarbeiten zu

können.