





## Inhalt

- 03 „Kommunikationsberater/in – und was machst du da den ganzen Tag?“
- 05 Online-Journalismus:  
Im Dauergespräch mit den Usern
- 06 **I** Verbände und Fachzeitschriften zum Schwerpunktthema
- 07 Gelungene Wiedereingliederung:  
Von Phnom Penh nach Berlin
- 09 Was bin ich?  
Berufsbild „Fundraising“
- 10 Interview: Wenn man Berufserfahrung mitbringt, sind die Chancen momentan recht gut.
- 12 Referentin im Team für Anwaltschaftliche Arbeit
- 13 **I** Interessante Stellenbörsen
- 14 Die Öffentlichkeitsarbeit der Dienste
- 19 Das neue Online-Portal der AGdD entsteht: Danke für Ihre Mithilfe
- 20 Bildung
- 22 Arbeitsmarkt
- 23 In eigener Sache
- 24 Die nächsten Seminare des Förderungswerks der AGdD

## Impressum

**Herausgeber** ist das AGdD Förderungswerk für rückkehrende Fachkräfte der Entwicklungsdienste, Meckenheimer Allee 67-69, 53115 Bonn, Deutschland.  
Telefon: 0228 908 993-0, info@agdd.de  
**Redaktion:** Dieter Kroppenberger, Maternus Thöne/  
www.TK-SCRIPT.de, Heidi Hampe (verantw.). Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung des Herausgebers wieder.  
Herstellung: TK-SCRIPT, Druck: Druckservice Zillekens  
**Zuschriften** richten Sie bitte an: Redaktion *transfer*, AGdD Förderungswerk. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung von AGdD Förderungswerk. *transfer* erscheint dreimal jährlich für Entwicklungshelfer/innen vor und nach ihrer Rückkehr aus dem Entwicklungsdienst.  
27. Jahrgang – Ausgabe 2 – August 2016

## Zu diesem Heft

Liebe Leserin, lieber Leser,

„Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ - das interessante und abwechslungsreiche Tätigkeitsfeld steht im Mittelpunkt dieser *transfer*. Gerade Rückkehrerinnen und Rückkehrer aus Entwicklungs- und Zivilem Friedensdienst sehen in diesem Bereich – insbesondere in der Öffentlichkeitsarbeit von Non-Profit-Organisationen – eine Möglichkeit, sich zu engagieren und entwicklungspolitische, soziale oder ökologische Anliegen in die Gesellschaft zu tragen.

Wir fanden es spannend, für Sie die Frage nach Beschäftigungsmöglichkeiten in diesem attraktiven Berufsfeld zu beleuchten und Ihnen Einblicke in das Arbeiten in verschiedenen Bereichen von „Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ zu bieten. Möglich wird das – wie immer in *transfer* – vor allem durch Rückkehrer/innen, die bereit sind, von ihren persönlichen Erfahrungen, Eindrücken und Einschätzungen zu berichten und einen Beitrag zu schreiben.

Den Autorinnen und Autoren der Erfahrungsberichte und ebenso den vielen weiteren Mitwirkenden an dieser Ausgabe danken wir sehr herzlich.

Anne und Jan Schwarz haben schon im Studium der Politik- und Sprachwissenschaften bzw. Kommunikationswissenschaften und BWL erste Praktika und Studentenjobs in Kommunikation und Marketing absolviert. Auch bei ihrem Auslandseinsatz in Südafrika arbeiteten sie im Bereich Kommunikation. Johanna Wild ist Journalistin. Nach ihrer Arbeit im Zivilen Friedensdienst in Ruanda macht sie jetzt ein Fernstudium im Online-Journalismus. Sina Brod, studierte Kulturwissenschaftlerin, war in Kambodscha in den Bereichen Marketing, Projektmanagement und Fundraising bei einer Umweltorganisation tätig und arbeitet nun in Deutschland in den Bereichen Marketing und Öffentlichkeitsarbeit. Für ihre Tätigkeit in der Anwaltschaftlichen Arbeit bei einer Hilfsorganisation in Deutschland bringt die Juristin Veronika

Hilber aus ihren Auslandseinsätzen Erfahrung in der Advocacy- und Menschenrechtsarbeit mit.

Fragen nach Beschäftigungsmöglichkeiten – auch für Quereinsteiger/innen – sowie nach gefragten Profilen, Kompetenzen und sinnvollen Weiterbildungen stehen im Mittelpunkt des Interviews mit dem PR-Profi und Personalberater Thomas Lüdeke.

Interessante und anschauliche Einblicke in das Arbeitsfeld Öffentlichkeitsarbeit bieten die „Sonderseiten“ mit Beiträgen zur Öffentlichkeitsarbeit der sieben AGdD Mitgliedsorganisationen und des Konsortiums Ziviler Friedensdienst. Die Beiträge vermitteln einen Eindruck von der Bandbreite der Träger – sowie des Arbeitsfeldes und der Anforderungen an Mitarbeiter/innen in der Öffentlichkeitsarbeit.

In der nächsten Ausgabe von *transfer* steht das Arbeiten in der „Beratung“ im Mittelpunkt. Wenn Sie Anregungen oder Wünsche dazu haben oder bereit sind, einen Beitrag zu schreiben, schicken Sie uns eine Mail oder rufen an. Wir freuen uns, uns mit Ihnen auszutauschen.

Eine anregende Lektüre und alles Gute wünscht Ihnen

Heidi Hampe

P.S.: Auch für uns in der AGdD hat das Thema Kommunikation im Moment einen besonderen Stellenwert. Der Relaunch unseres Internetauftritts schreitet voran. Es entsteht ein neues Online-Portal. Genaueres dazu berichten wir auf Seite 19.

# „Kommunikationsberater/in – und was machst du da den ganzen Tag?“

Keine Ahnung, wie oft wir diese Frage schon gehört haben. Seit 2008 sind wir beide in der Kommunikation tätig – anfangs als Berater in einer Agentur, später selbständig. Unser Werdegang bis dahin war sehr unterschiedlich, für den Sektor jedoch eher typisch: Anne hat Politik- und Sprachwissenschaften studiert, Jan Kommunikationswissenschaften und BWL. Wir beide haben vor unserem Traineeship in der Agentur erste Praktika und Studentenjobs in Kommunikation und Marketing absolviert.

„Kommunikation – also machst du PR?“ – das war die zweite Frage, die oft folgte. Tatsächlich ist die Öffentlichkeitsarbeit der bekannteste Bereich in der Kommunikation – jedoch bei weitem nicht der einzige. Wir haben auch schon die eine oder andere Pressemitteilung geschrieben. Unser Fokus lag jedoch meist auf der internen Kommunikation. Unsere Projekte waren dabei so unterschiedlich wie unsere Kunden: Mal ging es darum, eine motivierende Veranstaltung für die Vertriebsführungskräfte einer Bank zu gestalten; mal musste ein Magazin für Mitarbeiter eines Bergbaukonzerns geschrieben werden; mal entwickelten wir Workshops, um einen Veränderungsprozess in einem Chemiekonzern zu unterstützen. Heute arbeitet Anne im Strategischen Management bei Brot für die Welt, und Jan unterstützt als Mitarbeiter des Klima-Bündnisses Städte, Gemeinden und Landkreise in Deutschland beim kommunalen Klimaschutz. Auf den ersten Blick haben wir uns damit von unserem eigentlichen Berufsfeld weit entfernt – wir würden jedoch sagen, dass unsere heutige Arbeit zu 80 Prozent identisch ist mit dem, was wir zuvor gemacht haben.

## Nach Südafrika

2012 bekam Anne die Möglichkeit, mit der GIZ als Entwicklungshelferin nach Südafrika zu gehen. Zu diesem Zeitpunkt waren wir beide nicht mehr ganz zufrieden mit unserer Arbeit und auf der Suche nach etwas Neuem. Eine gute Entscheidungshilfe bei der Frage „Gehen oder nicht?“ war die Tatsache, dass Jan im Gastland eine Arbeitserlaubnis erhalten würde. In Südafrika hieß es für uns beide recht



Foto: ©privat

Südafrika: Anne und Jan Schwarz bei einem Workshop zur Vorbereitung eines Filmprojektes

schnell: „raus aus der Komfortzone!“ Und das auch und vor allem bezogen auf unsere Fachexpertise. Die NGO, die Anne in der strategischen und internen Kommunikation beraten sollte, musste nach einigen Monaten schließen. Danach betreute sie ein Netzwerk für ITler. Dabei ging es zwar auch viel um Kommunikation, aber für den Partner stand die IT-Fachexpertise im Vordergrund. Neben einem Crashkurs zu Drupal, Open Source und IT Governance lernte sie auch viel im Bereich Lobbying und Advocacy dazu, denn in Südafrika wurden zu dieser Zeit viele IT-Initiativen von der Regierung lanciert. Auch Jan konnte sein Kompetenzspektrum deutlich ausweiten: Als Volunteer bei Greenpeace Africa und Verantwortlicher für Kommunikation bei Earthlife Africa war er Fotograf, Texter, Webdesigner, Aktivist und Organisationsentwickler in einer Person. Zusammen haben wir uns außerdem erstmals als Filmproduzenten versucht und ehrenamtlich für das Projekt einer GIZ-Kollegin den Dreh eines Dokumentarfilms koordiniert, der ein knappes Jahr später sogar auf dem International Film Festival auf Sansibar lief.

## Zunächst als „Freie“ unterwegs

Unsere für uns sehr aufregenden und bereichernden Erfahrungen in Südafrika haben nach unserer Rückkehr nach Deutschland im Jahr 2014 potentielle Arbeitgeber nicht wirk-

lich interessiert. Wir arbeiteten beide nach kurzer Zeit als freie Berater auf ziemlich ähnlichen Kommunikationsprojekten wie zuvor – immer vermittelt über Kontakte und Empfehlungen aus unserer Zeit in Deutschland. Was uns jetzt fehlte: der kreative Spielraum und die Möglichkeit, inhaltliche Entscheidungen selbst zu treffen. Während Jan für sich ziemlich schnell klar hatte, dass er sich hauptberuflich für nachhaltige Lebensweisen

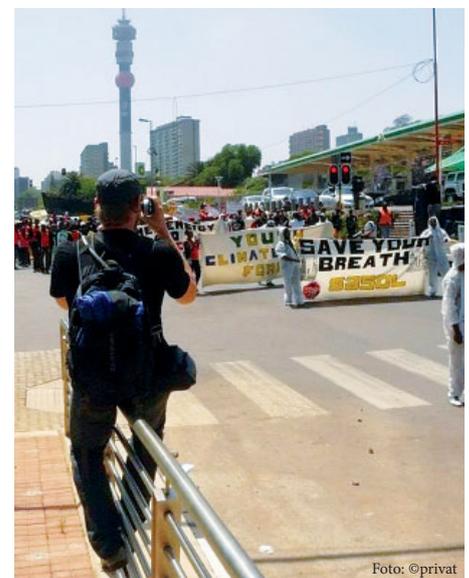


Foto: ©privat

Jan Schwarz bei der Fotodokumentation einer Kundgebung von Earthlife Africa.



einsetzen wollte, überlegte Anne eher, wie sie ihr Leistungsportfolio ergänzen konnte, um an „inhaltlichere“ Stellen zu kommen. Schließlich absolvierten wir beide im letzten Jahr einen Zertifikatslehrgang bei der Gesellschaft für Nachhaltige Entwicklung in Witzzenhausen – Jan als Koordinator für Klimaschutz und Ressourcenmanagement, Anne als Koordinatorin für Internationales Projektmanagement. Über das in der Weiterbildung integrierte Praktikum kamen wir beide zu unseren aktuellen Arbeitsstellen. Kommunikation steht nicht mehr in unserer Berufsbezeichnung, spielt aber weiterhin eine zentrale Rolle: Es geht bei uns beiden immer noch darum, die Bedarfe der Zielgruppen und Beteiligten zu verstehen und unsere Inhalte so aufzubereiten und zu vermitteln, dass sie ankommen. Nur können wir jetzt unsere eigenen Ideen und Überzeugungen einbringen und mitbestimmen, in welche Richtung es inhaltlich geht. Wir merken auch, dass unsere Fachexpertise in der Kommunikation sehr positiv aufgenommen wird: In den NGOs, in denen wir nun arbeiten, fehlt es nicht an guten Ideen, aber manchmal am Wissen und der Erfahrung, den Kommunikationsaspekt von Anfang an „mitzudenken“.

## Kommunikationsberatung: Handwerkszeug und Aufgabenfeld

Wie sieht denn nun unsere Arbeit ganz konkret aus? Das klassische Handwerkszeug eines „Allround-Communicationers“ sind die gängigen Text-, Präsentations- und Medienprogramme. Wenn man sich nicht gerade auf einen bestimmten sehr kreativen Zweig der Kommunikation spezialisiert – Graphic Recording und Video-Design sind aktuell sehr beliebte und nachgefragte Fertigkeiten – muss man sich mit den dazugehörigen Werkzeugen jedoch nicht intensiv auseinandersetzen. Denn der Arbeitstag ist neben vielen Besprechungen, Briefings und Brainstormings vor allem vom Schreiben von Texten und Konzepten und dem Entwerfen von Präsentationen geprägt. Spaß am Schreiben ist wichtig, aber wer sich zu sehr in seine eigenen Texte und Ideen verliebt, wird viele Enttäuschungen erleben: Was „gut“ ist, und was umgesetzt wird, entscheidet am Ende oft kein Kommunikationsexperte, sondern das Bauchgefühl eines Projektleiters, Managers oder Vorstands.

Schnelles Um- und Reindenken-Können ist gefragt, wenn man sich als Berater/in selbstständig machen will und somit nicht



Anne Schwarz  
M.A. Romanistik, Skandinavistik  
und Politikwissenschaft  
2012 - 2014: Südafrika, GIZ

nur in einem vertrauten Unternehmen arbeitet. Analytische und konzeptionelle Stärke, ein gutes Sprachgefühl, Neugier am Ausprobieren von aktuellen Tools, Trends und Themen, und nicht zuletzt ein ausgeprägtes Dienstleistungsverständnis – das sind die weiteren „Soft Skills“ des erfolgreichen Kommunikationsberaters. Und wenn man in die Öffentlichkeitsarbeit geht, erwarten Kunden zusätzlich ein belastbares Netzwerk zu Presse, Politik und Wettbewerbern. Noch mehr als der souveräne Umgang mit den Werkzeugen ist es jedoch eine bestimmte Art zu denken, die unsere Arbeit prägt. Wir versuchen uns bei jeder Aufgabe nicht nur zu fragen: Was will ich erreichen? Wie kann ich dieses Problem möglichst gut für meine Ziele lösen? Sondern eben auch zu überlegen: Wer ist davon noch alles betroffen? Welche Interessen haben diese anderen Personen und Gruppen? Und wie kann ich sie darüber einbinden?

## Möglichkeiten zum Einstieg

Wer an Kommunikationsarbeit als Angestellte denkt, sollte nicht nur „die Kommunikationsabteilung“ im Blick haben. Die legt oft einen Schwerpunkt auf die externe Kommunikation. Gerade in sehr großen Unternehmen haben die einzelnen Abteilungen oft ein eigenes kleines Kommunikationsteam, das sich speziell um die internen Kommunikationsbedarfe kümmert. Auch hier können ehemalige Entwicklungshelfer/innen punkten: Erfahrungen mit partizipativen Tools, der Entwicklung und Umsetzung von Workshops und dem Umgang mit Kon-



Jan Schwarz  
M.A. Kommunikationswissenschaften  
und Betriebswirtschaftslehre  
2012 - 2014: Südafrika, GIZ (MAP)

flikten können beispielsweise spannend für die Kommunikationsherausforderungen im Personalwesen sein. Gerade Organisationen, die in größeren Veränderungsprozessen stecken, haben hier oft Bedarf. Als EHler kann man oft viele Sachen ausprobieren und interessante Projekte vorweisen, scheitert in Deutschland aber schon an den standardisierten Verfahren vieler Personalabteilungen. Intensive Netzwerkarbeit ist daher bei einem Wechsel des Arbeitsfelds immer das A und O. In allen größeren Städten gibt es eine Vielzahl an Netzwerken: über Gruppen auf XING und LinkedIn bekommt man Veranstaltungstipps und über Apps wie MeetUp und Facebookgruppen kommt man schnell in den persönlichen Kontakt und Austausch mit Kommunikationsschaffenden in der eigenen Stadt. Hier finden die eigenen Erfahrungen und Ideen eher ein offenes Ohr als im digitalen Bewerbungsverfahren. Und man kann über kleine gemeinsame Projekte oder ehrenamtliche Arbeit für eine Initiative einen Fuß in die Tür bekommen. Schnelle Ergebnisse sollte man jedoch nicht erwarten – Netzwerkarbeit braucht den langen Atem! Und ein letzter Tipp: Coaching! Viele Coaches kommen aus dem Kommunikationsbereich, haben eine Coaching-Ausbildung draufgesetzt und haben langjährige Erfahrung in der Beratung oder in Unternehmen. Sie können Lücken und Chancen aufzeigen und damit die Wechselphase deutlich erleichtern.

Anne und Jan Schwarz

## Online-Journalismus

# Im Dauergespräch mit den Usern

Wenn ich während meiner Arbeit für den Zivilen Friedensdienst etwas gelernt habe, dann ist es die Bereitschaft, unterschiedliche Dinge auszutesten und genau zu beobachten, was passiert.

Als Beraterin und Trainerin für Journalisten in Ruanda, habe ich zusammen mit meinen lokalen Kollegen immer wieder neue journalistische Methoden ausprobiert und analysiert, ob sie im ruandischen Kontext funktionieren. Falls ja: Weiter in dieselbe Richtung. Falls nein: Herausfinden, woran es lag und die Methode anpassen. Nichts anderes tue ich seit meiner Rückkehr nach Deutschland im Bereich Online-Journalismus. Als Fernstudentin des Masterstudiengangs Online Journalism an der Birmingham City University experimentiere ich seit Herbst 2015 mit neuen journalistischen Formen im Internet.

### Online-Journalismus bedeutet Zielgruppennähe

Im Printjournalismus-Zeitalter, in dem ich noch ausgebildet worden bin, spielte der Leser eine untergeordnete Rolle. Ich schrieb, wovon ich dachte, dass es meine Zielgruppe interessieren könnte. Es gab aber kaum Möglichkeiten, herauszufinden, ob meine Zeitungsartikel auch wirklich gelesen wurden.

Im Internet ist das anders. Wer online genau sieht, wie groß die Anzahl der Leute tatsächlich ist, die einen bestimmten Text lesen, muss umdenken. Das bedeutet für uns Journalisten: runter vom hohen Ross, sich angreifbar machen und die Zielgruppe als gleichwertigen Partner anerkennen. Nach mehreren Jahren in Ruanda abseits digitaler Entwicklungen, war mir klar, dass ich mich auf den neuesten Stand bringen muss, um mein berufliches Profil in Deutschland zu schärfen. Da der Online-Journalismus im englischsprachigen Raum weiter entwickelt ist als bei uns, entschied ich mich für eine Teilzeit-Fortbildung an der Birmingham City University.

In meinem Studium, das sich an berufserfahrene Journalisten wendet, lerne ich, die Reaktionen der User richtig einzu-

schätzen und mit ihnen zusammenzuarbeiten anstatt ihnen einfach irgendetwas vorzusetzen. Diese Form des Arbeitens bin ich aus dem Zivilen Friedensdienst durchaus gewohnt. In Kigali standen meine ruandischen Kollegen und ich in ständigem Kontakt mit den Radiohörern vor Ort, ihre Wünsche flossen auf direktem Weg in die journalistische Produktion ein. Auch im Umgang mit Hasskommentaren oder starken Polarisierungen in Onlineforen hilft mir meine Arbeitserfahrung aus Ruanda.

### Studium führt zu ersten Auftragsangeboten

Über eine App bin ich konstant mit meinem Kursleiter verbunden, der mich bei all meinen journalistischen Projekten begleitet. Dadurch fühlt sich mein Studium eher wie ein intensives fachliches Coaching und weniger wie eine klassische Fortbildung an. Für mich genau das Richtige zum Ankommen in Deutschland und es lässt sich gut mit einer Selbstständigkeit verbinden. Allerdings hatte ich auch Glück, denn es werden pro Jahr nur sehr wenige Studenten für diese sehr spezielle Form des Distance Learning zugelassen – in meinem Jahrgang sind es drei weitere Personen – der Rest der insgesamt etwa zehn Studierenden lebt in Birmingham.

In einem meiner ersten Studienprojekte habe ich ausgetestet, welche Form von Inhalten in unterschiedlichen sozialen Medien funktioniert. Denn so etwas wie „die sozialen Medien“ gibt es nicht. Jedes Netzwerk hat unterschiedliche Nutzer, dementsprechend kann es passieren, dass ein journalistisches Thema auf Tumblr gut ankommt, auf Twitter hingegen überhaupt nicht.

In den letzten Monaten habe ich mich mit Multimedia-Storytelling, der Verifizierung von Online-Inhalten und den Grundlagen des Datenjournalismus beschäftigt. Gerade lerne ich, neue Businessmodelle für den Online-Journalismus zu entwickeln. Die Inhalte des Studiums sind eng am



Johanna Wild  
Journalistin  
2011 - 2015: Ruanda, GIZ

Bedarf des Arbeitsmarktes ausgerichtet. Dass der Kursleiter die richtigen Schwerpunkte setzt, merke ich vor allem daran, wie viele Auftragsangebote ich bereits in den ersten Monaten des Studiums erhalten habe. In einer Phase, in der ich das Gefühl hatte, selbst noch viel lernen zu müssen, wurde ich bereits in verschiedenen Bereichen als Online-Journalismus-Expertin wahrgenommen. Für Journalisten gibt es derzeit vor allem Jobangebote im Bereich Multimedia, Datenjournalismus und Social Media.

### Social Media: Eine Chance für Quereinsteiger

Einen kompletten Quereinstieg in den Online-Journalismus halte ich für schwierig. Anders sieht es aber im Bereich Social Media aus. Viele deutsche Unternehmen und Organisationen sind gerade erst dabei, die Möglichkeiten sozialer Medien für sich zu entdecken. Besonders erstaunt hat mich, dass es weniger Social Media-Experten gibt als gemeinhin angenommen.



Viele Menschen nutzen soziale Medien privat, haben aber trotzdem keine Vorstellung davon, wie sie im professionellen Umfeld eingesetzt werden können. Nachdem ich für mein Studium einen Monat lang eine Facebook-Seite betrieben hatte, wurde ich von einem Unidozenten gefragt, ob er meine Auswertung als Unterrichtsmaterial für seine Studenten nutzen darf. Nicht nur die neu aufkommenden sozialen Netzwerke sind noch nicht ausreichend erforscht, selbst das altbekannte Facebook bietet noch Raum für neue Erkenntnisse.

## Mein Fazit

Wer sich im entwicklungspolitischen Umfeld mit dem Thema Kommunikation beschäftigt und bereit ist, sich in den Social Media-Bereich einzuarbeiten, hat deshalb gute Chancen, in Deutschland einen Job in der Öffentlichkeitsarbeit eines Unternehmens zu finden. Zusatzkompetenzen beispielsweise im Projektmanagement, die viele von uns ja mitbringen, kommen bei Bewerbungen gut an.

Dazu braucht es kein Studium. Online finden sich genug frei zugängliche Materialien, um sich in den Bereich einzuarbeiten. Zusätzlich gibt es in vielen Regionen kostenlose Veranstaltungen zu Innovationen in der Medienwelt. In Bayern beispielsweise von der Bayerischen



©Tom Barwald

In Ruanda arbeitete Johanna Wild mit Journalistinnen und Journalisten der Medienorganisation Ejo Youth Echo im Bereich des konfliktsensiblen Journalismus.

Landeszentrale für neue Medien. Für mich persönlich war die Spezialisierung auf den Bereich Online-Journalismus die beste Entscheidung, die ich treffen konnte. Es gibt online sehr viele berufliche Nischen, die noch nicht besetzt sind.

Außerdem kennt das Internet keine

Grenzen. Für Online-Journalisten wird es immer alltäglicher, mit Kollegen aus aller Welt zusammenzuarbeiten. Wer bereits Auslandserfahrung mitbringt, ist da klar im Vorteil.

Johanna Wild 

## Berufs- und Wirtschaftsverbände der Kommunikationsbranche

### **BdP – Bundesverband deutscher Pressesprecher**

Berufsverband für Pressesprecher/innen und Kommunikationsbeauftragte aus Unternehmen, Organisationen und Politik.  
[www.bdp-net.de](http://www.bdp-net.de)

### **DFJV – Deutscher Fachjournalisten-Verband AG**

Der Berufsverband bietet seinen Mitgliedern u.a. individuelle Beratungen und engagiert sich medienpolitisch.  
[www.dfjv.de](http://www.dfjv.de)

### **DJV – Deutscher Journalisten-Verband**

Als Gewerkschaft und Berufsverband vertritt der DJV berufs- und medienpolitische Ziele hauptberuflicher Journalistinnen und Journalisten.  
[www.djv.de](http://www.djv.de)

### **DPRG – Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.**

Die DPRG bietet Fachkräften aus dem PR-Bereich Möglichkeiten zum Networking. Sie setzt sich für die Nachwuchsförderung ein und bietet eine Stellenbörse.  
[www.dprg.de](http://www.dprg.de)

### **GWA e.V. – Gesamtverband Kommunikationsagenturen**

### **GPRA e.V. – Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland**

GWA und GPRA sind Verbände, die sich die Interessenvertretung von Kommunikationsunternehmen zum Ziel gesetzt haben.  
[www.gwa.de](http://www.gwa.de)  
[www.gpra.de](http://www.gpra.de)

## Fachzeitschriften

### **journalist**

Das Medienmagazin des DJV richtet sich als monatliche Fachpublikation an Journalistinnen und Journalisten.  
[www.journalist.de](http://www.journalist.de)

### **prmagazin**

Die Fachzeitschrift für die PR- und Kommunikationsbranche beleuchtet jeden Monat die Zusammenhänge zwischen Medien und Public Relations.  
[www.prmagazin.de](http://www.prmagazin.de)

### **pressesprecher**

Das Magazin versteht sich als Plattform der Kommunikationsszene und berichtet aus dem BdP. Es informiert auch über Aus- und Weiterbildungen.  
[www.pressesprecher.com](http://www.pressesprecher.com)

## Gelungene Wiedereingliederung

# Von Phnom Penh nach Berlin

Meine Tätigkeit als Fachkraft für Organisationsentwicklung in den Bereichen Marketing, Projektmanagement und Fundraising bei der Umweltorganisation Save Cambodia's Wildlife (SCW) endete im März 2014. Ich war überzeugt, dass ich mich in Deutschland im Bereich Öffentlichkeitsarbeit, Projektarbeit und Fundraising wiederfinden würde – am liebsten im Non-Profit-Sektor. Da ich nach dem Vertragsende mit SCW noch freiberuflich in Kambodscha arbeitete und mir danach in Deutschland einige Monate zur Eingewöhnung erlaubte, hatte ich ausreichend Zeit für das Networking und den Ausbau beruflicher Kontakte.

Zusätzlich suchte ich mir über das Angebot der Arbeitsagentur eine Fortbildung im Bereich Social Media Marketing und konnte so meine Kompetenzen erweitern. In der vierwöchigen Fortbildung ging es unter anderem um folgende Themen: die richtigen Social Networks mit maximaler Effizienz nutzen, Social Media mit anderen Marketing-Instrumenten (Print, Events, TV etc.) verknüpfen und die Auswirkungen und Erfolge der Maßnahmen messen.

In einer Selbstabfrage fand ich heraus, dass ich die gewonnene Flexibilität, die Teamerfahrung und Selbständigkeit während meiner Arbeit als Fachkraft in Kambodscha gerne in meiner neuen Stelle weiterführen wollte. Solch eine Abfrage kann man sich leicht selbst erarbeiten, zum Beispiel mit den folgenden W-Fragen: Wie möchte ich arbeiten, im Team oder einzeln? Was mochte ich an meinem vergangenen Job besonders gerne? Welche Arbeitsform und welche Schwerpunkte motivierten mich?

So konnte ich eingrenzen, was mich am Arbeitsplatz bewegt und erfüllt: Entscheidungen zu treffen, ohne einem Bollwerk an hierarchischen Strukturen zu begegnen und

im Team Lösungen zu finden, die sich zeitnah umsetzen lassen, das entsprach meiner Arbeitsweise am meisten.

### Die Chancen im Netzwerk ergreifen

Ich ersparte mir einen Bewerbungsmarathon und suchte in meinem Netzwerk nach einer Möglichkeit, die vertieften Kenntnisse der praktischen Entwicklungszusammenarbeit und meine Kompetenzen einzusetzen: Das Ergebnis war die Bewerbung als Referentin für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei der Klima-Kollekte gGmbH. Die Klima-Kollekte ist ein kirchlicher CO<sub>2</sub>-Kompensationsfonds und möchte Organisationen, Institute, Gemeinden und Privatpersonen aus dem kirchlichen Bereich und darüber hinaus für den Ausgleich unvermeidbarer Treibhausgasemissionen gewinnen.

Der Ausgleich von CO<sub>2</sub>-Emissionen geschieht durch Klimaschutzprojekte kirchlicher Organisationen oder ihrer Partner in Entwicklungsländern. Als gGmbH basiert die Arbeit der Klima-Kollekte auf Spendeinnahmen aus Kompensationen, wobei

lediglich zehn Prozent für Verwaltungszwecke in der Organisation verbleiben. 90 Prozent der Einnahmen kommen der Entwicklung und Begleitung der Klimaschutzprojekte in Schwellen- und Entwicklungsländern zugute, so zum Beispiel in Indien oder Ruanda, wo energieeffiziente Öfen oder der Einsatz erneuerbarer Energien gefördert werden.

### Inlandsvertragsstelle

Als Win-win-Situation für die Organisation und für mich stellte sich die Option einer so genannten Inlandsvertragsstelle dar. Das Programm des Bereichs Inlandsförderung unterstützt zurückgekehrte Fachkräfte von Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst ihre in Übersee gemachten Erfahrungen in die entwicklungsbezogene Bildungs- und Informationsarbeit in Deutschland einzubringen. Auf der Homepage heißt es dazu: „Inlandsverträge werden auf Antrag von entwicklungspolitischen Akteuren und Bildungseinrichtungen abgeschlossen. Antragsteller können kirchliche und säkulare Einrichtungen sein,

Kambodscha:  
Projektteam mit Sina Brod bei der Auswahl von Material für den „Atlas of Cambodia - Maps on socio-economic and environmental development“



© Rebeca Sandoval, Save Cambodia's Wildlife



die dem Ziel des Konziliaren Prozesses für Gerechtigkeit, Frieden und Bewahrung der Schöpfung verpflichtet sind (das sind z.B. Bildungseinrichtungen, Menschenrechtsgruppen, entwicklungspolitische Initiativen oder Umweltorganisationen).“ So beantragte die Klima-Kollekte eine Stelle bei Brot für die Welt – Evangelischer Entwicklungsdienst und nahm mich im Zuge des absolvierten Bewerbungsverfahrens als Mitarbeiterin in ihr Team auf.

## Den neuen „Alltag“ interessant gestalten

Das Spektrum meiner Aufgaben gestaltet sich vielfältig und reicht von der Öffentlichkeitsarbeit wie etwa der Bearbeitung der Online-Medien oder der Organisation von Messepräsenzen bis zur Auswertung des Marketings der Klima-Kollekte hinsichtlich erfolgreicher Akquise. Öffentlichkeitsarbeit beschreibt das Management der Kommunikation von Organisationen mit ihren Bezugsgruppen, also in unserem Fall Online- und Offline-Kommunikation mit unseren kirchlichen und nicht-kirchlichen Kundengruppen. Im Rahmen des freiwilligen Emissionshandelsmarktes und je nach Bedarf unserer Kundengruppen richten wir das Marketing aus.

Durch die überschaubare Größe des Teams der Klima-Kollekte bleibt mir in beiden Bereichen großer Gestaltungsspielraum. Wenn möglich, führe ich auch bildungsrelevante Workshops durch und kläre dabei über die Themen Klimagerechtigkeit und Kompensation auf oder nehme mit Vorträgen an Fachtagungen teil – etwa im Rahmen kirchlicher Umweltsarbeit.

Da die Klima-Kollekte aus einem kleinen Team besteht und sich hauptsächlich dem Vertrieb von Emissionszertifikaten widmet, nutzen wir die Öffentlichkeitsarbeit flankierend für das Marketing. Gemäß dem Marketing-Mix bestehend aus Produkt, Preis, Kommunikation und Distribution beschreiten wir verschiedene Kommunikationswege bei der Anbahnung neuer Kooperationen. So führt ein erfolgreiches Networking zu einer umfangreichen Kompensation eines neuen Großkunden oder die Bewerbung der Klima-Kollekte auf der Website der Fraport AG bewegt Privatpersonen zur freiwilligen Kompensation von Flugreisen.

Die Klima-Kollekte profitiert einerseits von meinen praktischen Erfahrungen in



© Michael Klein/Brot für die Welt

Sina Brod  
Kulturwissenschaftlerin (MA)  
2011 - 2014: Kambodscha,  
Brot für die Welt - EED

der Öffentlichkeitsarbeit und im Fundraising. Andererseits kann ich bezüglich der Klimaschutzprojekte authentisch von der Arbeit unserer Partnerorganisationen in Entwicklungsländern berichten und auf eigene Erfahrungen in Südasiens und Südostasien zurückgreifen.

Um der Bandbreite an Aufgaben adäquat zu begegnen, empfehle ich nicht nur die passende Ausbildung und mehrjährige Berufserfahrung, sondern auch eine offene, lösungsorientierte und kommunikative Grundeinstellung. Wem Smalltalk schwer fällt oder wer nicht gerne vor Gruppen spricht, ist unter Umständen besser an einem „klassischen Büroarbeitsplatz“ aufgehoben. Wer authentisch ist, eigene Erfahrungen einzubringen weiß und Mut hat, Neues auszuprobieren, wird sich im Kommunikationsbereich des Non-Profit-Sektors gut aufgehoben fühlen.

Sina Brod 

## FoME-Symposium

### “Observer, Agitator, Target – Media and media assistance in fragile contexts”

Am 3. und 4. November 2016 findet in Berlin ein internationales Symposium zu Medien und Medienarbeit in Konfliktländern statt. Informationen dazu bietet die Website des Forums Medien und Entwicklung (FoME). FoME ist ein Netzwerk von Institutionen und Experten, die sich mit aktuellen Fragen in der Medienentwicklungszusammenarbeit befassen.

Info:

<http://fome.info/events/symposium-2016>

## Literaturtipps

### Trainingsbuch „Strategische Öffentlichkeits- und Medienarbeit in NPOs“

Das Trainingsbuch „Strategische Öffentlichkeits- und Medienarbeit in NPOs: Konzeption entwickeln, Aufmerksamkeit erzeugen, Unterstützung gewinnen“ zeigt praxisnah auf, wie und mit welchen Instrumenten Öffentlichkeitsarbeit strategisch und wirkungsvoll ausgerichtet werden sollte. Neben wichtigen Definitionen und Bausteinen für eine gelungene Öffentlichkeitsarbeit enthält die Publikation Anleitungen und Beispiele für die Festlegung eigener Public Relation-Ziele, zur Imageprägung sowie für Auswahl und Einsatz passender Medien. Die Publikation ist in der Reihe MuP-Trainingsbücher der Friedrich-Ebert-Stiftung erschienen.

Info:

[www.fes-mup.de/veroeffentlichungen.html](http://www.fes-mup.de/veroeffentlichungen.html)

### Durchblick - Die Welt der PR

Was verbirgt sich eigentlich konkret hinter dem Kürzel „PR“? Welche Jobs gibt es in der PR-Branche? Wie sehen Arbeitsalltag und Karrieren von PR-Leuten aus?

Diese und ähnliche Fragen recherchierten Studierende der Kommunikationswissenschaft an der Uni Hohenheim. Die Ergebnisse fassten sie in der Broschüre „Durchblick“ zusammen. Diese enthält auch Infos zum Berufseinstieg und gibt Tipps für die Bewerbung.

Sie steht kostenlos auf der Website der DPRG als PDF-Download bereit.

Info:

[www.dprg.de/\\_Verband.aspx](http://www.dprg.de/_Verband.aspx)

Auszüge aus einem Artikel, der in FUNDStücke, dem Magazin des Deutschen Fundraisingverbands, erschienen ist.

## Was bin ich? Berufsbild „Fundraising“

Seit etwa 30 Jahren nutzen wir die Berufsbezeichnung des „Fundraisers“ bzw. der „Fundraiserin“ in Deutschland. Zum aktuellen Zeitpunkt üben etwa 3.000 Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer diesen Beruf hauptamtlich in Vollzeit oder Teilzeit aus. Außerdem gibt es rund 130 Freiberufler und Agenturen, die Fundraising-Dienstleistungen anbieten.

### Aktuelle Arbeits- und Rahmenbedingungen

In Organisationen, die hauptsächlich auf Spendeneinnahmen angewiesen sind, spiegelt sich in der Regel der hohe Stellenwert des Fundraisings in einer guten personellen Ausstattung und einer eigenen Fundraising-Abteilung wider. Meist gibt es Spezialisten für die einzelnen Bereiche, wie Telefonmarketing, Online-Fundraising, Unternehmenskooperationen, Database-Management oder Spenderbetreuung. Überwiegend entgeltfinanzierte Einrichtungen, wie zum Beispiel Pflege- oder Behindertenheime oder Kindergärten, betreiben Fundraising häufig, um zusätzliche Mittel für Zwecke zu gewinnen, die sich nicht über die Haupteinnahmequellen tragen. Die FundraiserInnen sind dort oft „Einzelkämpfer“, die den gesamten Aufgabenbereich alleine tragen und teilweise zusätzlich intern Überzeugungsarbeit für ihre Tätigkeit leisten müssen. Bei Universitäten, Forschungseinrichtungen und Privatschulen fällt der Stellenwert des Fundraisings recht unterschiedlich aus. Dort ist der Fokus häufiger auf den Bereich Großspenden ausgerichtet.

Während sich anfänglich Quereinsteiger mit Marketing- und PR-Erfahrung qua Praxis zu FundraiserInnen entwickelten, gibt es seit einigen Jahren in Deutschland eine zunehmende Professionalisierung des Berufs. Sie begründet sich insbesondere in diversen Ausbildungsgängen an Fachakademien sowie in Studiengängen, die das Fundraising im Lehrplan vorsehen.

### Fachkenntnisse und Persönlichkeit

Um ihre Aufgaben erfolgreich ausführen zu können, brauchen FundraiserInnen einerseits Fachkenntnisse und andererseits eine Reihe von persönlichen Fähigkeiten. Ganz oben stehen die Identifikation mit den Inhalten der Organisation, eine positive Einstellung zu Geld und dessen Einwerbung sowie die Fähigkeit, auf andere Menschen zuzugehen. Hartnäckigkeit und Geduld sowie die Fähigkeit, professionell mit Ablehnung umgehen zu können, ergänzen den Katalog. FundraiserInnen müssen in fachlicher Hinsicht den gesamten Fundraising-Markt und sein Instrumentarium kennen, auch wenn sie selbst nur für einen Teilbereich zuständig sind. Ebenso sind Fachwissen in Marketing, Öffentlichkeitsarbeit, Werbetechniken und beim Gebrauch von Datenbanken sowie betriebswirtschaftliche Kenntnisse essenziell. Hilfreich sind zudem Grundkenntnisse in Rechtsfragen, die das Fundraising tangieren, wie z.B. aus dem Bereich Steuer- oder Datenschutzrecht.

Nicole Holtz 

Der Text besteht aus Auszügen eines Artikels von Nicole Holtz in „FUNDStücke - Das Magazin des Deutschen Fundraising Verbands“, Ausgabe 2, 2016.

Der Abdruck erfolgte mit freundlicher Genehmigung des Deutschen Fundraising Verbands e.V., Berlin (DFRV).



### Deutscher Fundraising Verband e.V. (DFRV)

Der DFRV vereint als gemeinnütziger Fachverband haupt- und ehrenamtliche Fundraiser/innen,

Spendenorganisationen, Fundraising-Dienstleister/innen, Fachleute aus Wissenschaft und Forschung und alle, die sich in Deutschland für eine Kultur des Gebens einsetzen. Aktuell hat der DFRV rund 1.300 Mitgliedern.

Zu den Verbandszielen zählt auch die Aus- und Weiterbildung von Haupt- und Ehrenamtlichen, die im Fundraising tätig sind.

Die Website des Verbandes bietet eine Stellenbörse, Informationen zu Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie einen Veranstaltungskalender wichtiger Events im Bereich Fundraising.

Info:  
[www.fundraisingverband.de](http://www.fundraisingverband.de)

DEUTSCHER  
FUNDRAISING  
VERBAND  
Wir stärken die Kultur des Gebens

### Die Fundraising Akademie

Die Fundraising Akademie mit Sitz in Frankfurt am Main zählt zu Deutschlands ältesten Anbietern von Bildungsmaßnahmen im Themenfeld „Fundraising“. Darüber hinaus ist die Akademie auch Herausgeber zahlreicher Fachpublikationen.

Das Angebot der Fundraising-Akademie reicht vom eintägigen Kompaktseminar über Webinare bis zur zweijährigen berufsbegleitenden Fortbildung mit Masterabschluss.

Info:  
[www.fundraisingakademie.de](http://www.fundraisingakademie.de)



## Interview

# Wenn man Berufserfahrung mitbringt, sind die Chancen momentan recht gut.



Thomas Lüdeke ist Vorstandsmitglied der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG). Zudem ist er seit 2012 verantwortlich für die strategische Entwicklung der 1991 gegründeten Deutschen Akademie für Public Relations (DAPR). Im Hauptberuf arbeitet er als Geschäftsführer der PRCC Personalberatung in Düsseldorf, die auf die Kommunikations- und Marketingbranche spezialisiert ist.

**AGdD: Herr Lüdeke, welche Veränderungen haben den Tätigkeitsbereich „Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ in den letzten Jahren besonders geprägt?**

Das Arbeitsfeld „Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit“ hat sich in den vergangenen zehn bis fünfzehn Jahren sehr stark professionalisiert. Das erkennt man beispielsweise an den Studienmöglichkeiten, die in dieser Zeit entstanden sind. Es gibt inzwischen ein sehr großes Angebot an unterschiedlichsten Studiengängen, zum Beispiel Public Relations, Kommunikationsmanagement, Unternehmenskommunikation, CSR-Kommunikation und viele andere. Diese Entwicklung hat erst um das Jahr 2000 langsam begonnen. Zu dieser Zeit spielte die Ausbildung von Fachleuten für die Öffentlichkeitsarbeit an den Hochschulen noch keine besonders große Rolle. Und man fand wenig arbeitsmarktorientierte Studienangebote. Dementsprechend gab es in den Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Institutionen und Organisationen sehr viele Quereinsteiger/innen – beispielsweise aus dem Journalismus.

Da verschiedene Hochschulen inzwischen entsprechende Studienmöglichkeiten anbieten, kommen auch wesentlich mehr

spezifisch ausgebildete Expertinnen und Experten für die verschiedenen Arbeitsbereiche im Kommunikationssektor auf den Markt. Quereinsteiger sind daher seltener geworden und es gibt heute – anders als noch vor zehn, fünfzehn Jahren – Fachleute auf diesem Gebiet, die ganz geradlinig ihren Karriereweg vom ersten Praktikum über ein Studium bis in ihre heutige Position in einer Kommunikationsabteilung gegangen sind.

**AGdD: Heißt das, dass heute in diesem Arbeitsfeld praktisch nur noch studierte Kommunikationsfachleute Chancen haben eine Stelle zu finden?**

Wenn man die Aufgabenfelder betrachtet, die in den Kommunikationsabteilungen von Organisationen anfallen, dann erfordern diese deutlich mehr als ein gutes Grundlagenwissen zum Thema Kommunikation. Es spielen auch viele andere Kompetenzen eine Rolle, etwa im den Bereichen Projektmanagement und Projektsteuerung. Gefragt sind auch Analysekompetenz, Flexibilität im Umgang mit neuen Techniken, Kommunikationskanälen und Entwicklungen ... Auch BWL-Wissen und unternehmerisches Verständnis werden immer wichtiger, ob man nun in einer Abteilung für Unterneh-

menskommunikation, in einer Agentur oder im Non-Profitbereich arbeitet.

Es fallen Führungsaufgaben an, es müssen Budgets kalkuliert werden, es geht um Projekt- und Personalplanung – ein grundlegendes Verständnis von Zahlen und Kosten ist also durchaus wichtig. Damit ergeben sich gleichzeitig Chancen für Quereinsteiger.

Außerdem werden oft Leute gesucht, die über spezifische Fachkenntnisse verfügen. Wenn beispielsweise jemand Biologie studiert hat, bereits berufliche Erfahrungen mitbringt und sich dann in den Kommunikationsbereich hineinentwickelt, dann ist er für entsprechende Wirtschafts- oder Beratungsunternehmen, die beispielsweise im Pharmabereich arbeiten, sehr interessant. Also: Fundiertes Fachwissen plus Kommunikationskompetenz – das ist eine gefragte Kombination.

Der Grund dafür ist ganz einfach: Für die Spezialisten, die beispielsweise Kommunikationsmanagement oder Ähnliches studiert haben, ist es oft schwer, sich wirklich tief in technische, naturwissenschaftliche oder wirtschaftliche Zusammenhänge hineinzudenken.

**AGdD: Unterscheiden sich die Anforderungen an Kommunikationsfachleute in der Wirtschaft und im Non-Profit-Bereich?**

Was die Professionalität, die Arbeitsweisen und die Kommunikationswerkzeuge angeht, gibt es heute keine großen Unterschiede. Ich sehe sogar eine große Gemeinsamkeit, die gerade für den Kommunikationsbereich wichtig ist. Egal ob Wirtschaftsunternehmen oder NPO – es werden „Überzeugungstäter“ gesucht. Wer sich nicht für Autos begeistern kann, der hat in einer Kommunikationsabteilung in der Automobilbranche kaum eine Chance. Desgleichen gilt: Nur wer die idealistischen Motive einer NPO teilt, kann überzeugend für diese Organisation kommunizieren. Und nur „Überzeugungstäter“ können auch in Bewerbungssituationen überzeugend wirken – egal, ob bei einem Wirtschaftsunternehmen oder einer NPO.

**AGdD: Wie sind denn im Moment die Beschäftigungsmöglichkeiten?**

Es gibt derzeit einen wachsenden Personalbedarf und es gibt viel Bewegung im Markt. Das heißt, es werden viele Stellen ausgeschrieben. Wenn man Berufserfahrung im Kommunikationsbereich mitbringt, dann sind die Chancen momentan recht gut. Vor allem wenn man über zusätzliche Fachkenntnisse verfügt, die gefragt sind.

Allerdings ist das sehr branchenabhängig: Wer in den technischen Bereich oder in die Pharmabranche oder auch in den Finanzbereich hinein will, hat derzeit viele Möglichkeiten. Andererseits – wenn man Kommunikationsarbeit im Kulturbereich machen möchte, dann ist es sehr schwierig eine Stelle zu finden. Hier ist die Konkurrenz bei sehr wenigen Stellen riesig. Und auch der Non-Profit-Bereich ist sehr begehrt, das heißt, NPOs haben derzeit im Kommunikationsbereich kaum mit Rekrutierungsproblemen zu kämpfen. Hier hat man nur Chancen, wenn man ein sehr gutes und passgenaues Profil vorweisen kann.

**AGdD: Welches Kompetenzprofil sollte man denn vorweisen können, wenn man sich im Bereich „Kommunikation/Öffentlichkeitsarbeit“ auf die Stellensuche macht?**

Wichtig ist, dass man die Grundlagenkompetenzen mitbringt, die für dieses Berufsfeld unverzichtbar sind. Dazu zählen natürlich ein fundiertes Grundverständnis kommunikativer Abläufe und nach unseren Erfahrungen auch nach wie vor „handwerkliche“ Fähigkeiten wie beispielsweise Schreibkompetenz: Gut schreiben können ist wirklich sehr wichtig. Weiterhin unverzichtbar sind Kompetenzen im Umgang mit sozialen Medien, mit digitaler Kommunikation, man muss die Entwicklungen und Trends kennen und auf dem aktuellen Stand sein.

Nach meiner Einschätzung haben 90 Prozent der Beschäftigten im Kommunikationsbereich einen akademischen Abschluss, wobei das fachliche Spektrum sehr groß ist. Wie bereits gesagt: Gerade technisches, natur- oder wirtschaftswissenschaftliches Fachwissen kombiniert mit Kommunikationskompetenz ist sehr gefragt.

Wichtig ist in meinen Augen, dass man sich nicht zu einseitig orientiert. Wer sich heute beispielsweise als Social Media Manager spezialisiert, ist aktuell gefragt. Aber bei der Schnelllebigkeit der Branche kann niemand sagen, ob das in drei Jahren wirklich noch so relevant ist. Möglicherweise spielt die Hälfte der sozialen Medien, die wir heute

kennen, in wenigen Jahren schon gar keine Rolle mehr.

Wenn man über internationale Erfahrung, sehr gute Fremdsprachkenntnisse und interkulturelle Kompetenzen verfügt, so sind das bei international agierenden oder kommunizierenden Unternehmen auch Faktoren, die bei einer Bewerbung ins Gewicht fallen können.

**AGdD: Welche Möglichkeiten der Qualifizierung und Weiterbildung werden angeboten? Und was sollte man bei der Auswahl beachten?**

Man findet eine große Zahl von Weiterbildungsangeboten in den unterschiedlichsten Formaten. So gibt es am Bildungsmarkt beispielsweise viele Möglichkeiten sich in einzelnen kleinen Bausteinen für bestimmte Kommunikationsbereiche oder -aufgaben zu qualifizieren.

Für empfehlenswert halte ich koordinierte Bildungsmaßnahmen, die einen umfassenden Bogen schlagen von praktischem Grundlagenwissen bis zu berufsethischen Themen, von strategischen Methoden bis zu PR- und Konzeptionstheorien, von wichtigen journalistischen Kompetenzen bis hin zur Online-Kommunikation. Derartige Bildungsmaßnahmen werden oft auch als berufsbegleitende Studiengänge angeboten. Die DAPR hat neuerdings auch einen reinen Online-Master in Crossmedialer Marketingkommunikation im Programm. Dieser ermöglicht ein komplett zeit- und ortsunabhängiges Studium bis zum Master-Titel. Solche Modelle könnten auch für Entwicklungshelfer/innen interessant sein, da sie bereits vor Ort in selbstbestimmtem Tempo mit dem Kompetenzaufbau für den Einstieg nach ihrer Rückkehr beginnen können. Bei der Auswahl von Bildungsangeboten sollte man auf zwei Punkte achten: zum einen auf die Bekanntheit und das Renommee des Bildungsträgers. Wenn Personalverantwortliche die Ausbildung kennen, ist das ein großer Pluspunkt. Und dann natürlich auf die Qualität der Ausbildung. Daher empfiehlt es sich, im Vorfeld gründlich zu recherchieren – gegebenenfalls bei früheren Absolventen, im eigenen Netzwerk oder bei Menschen, die im Kommunikationsbereich arbeiten.

**AGdD: Welche Bedeutung hat heute das Volontariat? Wird es bei Bewerbungen vorausgesetzt?**

Das Volontariat ist nach wie vor weit verbreitet. Bei vielen Unternehmen und

Agenturen ist es fast Standardvoraussetzung für eine Einstellung im Kommunikationsbereich. Ein direkter Quereinstieg ohne Volontariat ist meist schwierig, es sei denn, man bringt nachweislich bestimmte Fachkompetenzen und Erfahrungen mit, die im konkreten Fall sehr wichtig sind.

Das Volontariat stellt aber auch eine Einstiegsmöglichkeit dar, wenn man in den Kommunikationsbereich will und noch nicht über entsprechende Erfahrung verfügt. So ein Volontariat kann bis zu zwei Jahren dauern, bei entsprechenden Vorkenntnissen wird es aber oft verkürzt.

Eine weitere Einstiegsmöglichkeit ist übrigens die freie Mitarbeit. Dies gilt vor allem für den Agenturbereich. Viele Agenturen arbeiten in bestimmten Projekten gerne mit Freien zusammen. Das ist sicher eine gute Möglichkeit Berufserfahrung zu sammeln. Und für manchen führte dieser Weg schon dauerhaft und auch erfolgreich in die Freiberuflichkeit oder Selbstständigkeit.

**AGdD: Herr Lüdeke, haben Sie noch einen abschließenden Tipp für Menschen, die sich nach der Rückkehr aus dem Entwicklungsdienst für diesen Arbeitsbereich interessieren?**

Das wichtigste ist in meinen Augen, dass man möglichst frühzeitig sein Netzwerk ausbaut, am besten bereits im Ausland lange vor der Rückkehr. Gerade in unserem Arbeitsfeld spielt „Netzwerken“ eine große Rolle – sowohl digital als auch persönlich.

Man sollte gezielt Kontakte zu Kommunikationsfachleuten knüpfen, zum Beispiel bei Berufsverbänden wie der DPRG. Dann erfährt man, wo was passiert, welche Themen auf der Agenda stehen, wo sich Stellen auf-tun, wo welche Projekte anstehen, wo sich welche Aufgaben stellen und so weiter.

Gerade wenn man quereinsteigen will, ist es wichtig, über sein Netzwerk auch seine eigenen Qualitäten, Kompetenzen und Erfahrungen zu kommunizieren. Wenn bereits Kontakte bestehen, werden diese Qualitäten eher und besser wertgeschätzt und man kann sich mit seiner Berufserfahrung selbst besser positionieren. Und das Thema Praxiserfahrung spielt im Kommunikationsbereich eine extrem große Rolle, nicht selten noch mehr als Form und Umfang der Ausbildung.

**AGdD: Herr Lüdeke, wir danken für das Gespräch.**



## Referentin im Team für Anwaltschaftliche Arbeit



Foto: ©privat

Veronika Hilber als Beraterin in der Republik Kongo mit einem Team der Commission Justice et Paix

Luxus ist... wenn ich meine Erfahrungen, Kenntnisse, Vorlieben und Talente beruflich einbringen darf für eine Sache, hinter der ich stehe und für die es sich lohnt, sich einzusetzen. Diesen Luxus genieße ich als Mitarbeiterin der Christoffel Blindenmission (CBM).

Die CBM ist eine über hundertjährige NGO der Entwicklungszusammenarbeit. Sie setzt sich weltweit in ihren Projekten für eine Verbesserung der Lebensverhältnisse von Menschen mit Behinderungen in Entwicklungsländern ein. Seit Juli 2015 bin ich Referentin für Anwaltschaftliche Arbeit bei CBM Deutschland in Bensheim/Hessen.

### Team „Anwaltschaftliche Arbeit“

In meinem Team arbeite ich zu den Schwerpunkten Bildung und Livelihood und bin für die Begleitung des Umsetzungs- und Monitoringprozesses der UN Behindertenrechtskonvention (UN-BRK) verantwortlich. Die Konvention bietet den Rahmen für unsere Arbeit bei der CBM und im Team Anwaltschaftliche Arbeit. Sie ist eines der neueren Menschenrechtsübereinkommen

der Vereinten Nationen und hat einige Besonderheiten, die für mich als Juristin spannend und für unsere Arbeit von großer Bedeutung sind. Hierzu gehört, dass sie als bisher einzige UN Konvention einen Artikel zur Internationalen Zusammenarbeit enthält, der die unterzeichnenden Staaten verpflichtet, nicht nur innerhalb ihres Territoriums die Rechte von Menschen mit Behinderungen zu respektieren, zu schützen und zu fördern, sondern dies auch im Ausland zu tun und insbesondere in ihrer Zusammenarbeit mit anderen Staaten. Das heißt unter anderem, dass deutsche EZ, die Menschen mit Behinderungen ausgrenzt, im Widerspruch zur Konvention steht.

Die Arbeit meines Teams in Deutschland kann man als eine Ergänzung und politische Flankierung der Projektarbeit der CBM in unseren Partnerländern ansehen. In unseren Projekten in Entwicklungsländern in den Sektoren Gesundheit, Bildung sowie Arbeit und Existenzsicherung (Livelihood) setzen wir uns für mehr Beteiligung, Teilhabe und verbesserte Lebensbedingungen von Menschen mit Behinderungen ein. Gleichzeitig werben wir in Deutschland für

eine systematische Berücksichtigung der Rechte von Menschen mit Behinderungen in den politischen Strategien, Programmen und Projekten der deutschen staatlichen Entwicklungszusammenarbeit und können hierbei unter anderem auch auf gute Beispiele aus der Praxis unserer Projekte für unsere Argumentation zurückgreifen. Und schließlich erhoffen wir uns davon langfristige systemische Veränderungen auch in den Partnerländern der deutschen EZ. Das würde den Erfolg unserer Projektarbeit und ihres übergeordneten Ziels, die Lebensbedingungen von Menschen mit Behinderungen in Entwicklungsländern nachhaltig zu verbessern, weiter unterstützen.

### Adressaten in Berlin und Brüssel

Kommunikation spielt in der politischen Arbeit eine große Rolle. Sie ist eines der Mittel unserer Arbeit. Wir kommunizieren auf vielfältige Weise. Unsere Hauptadressaten sind die Bundesregierung und innerhalb der Bundesregierung vor allem das Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. Aber



Veronika Hilber  
Diplom-Juristin  
2011 - 2013: Republik Kongo, AGEH

auch mit dem Auswärtigen Amt und anderen Ministerien sowie mit Abgeordneten des Bundestages jeder Couleur sind wir im Kontakt.

Es gibt auch Verbindungen zur europäischen Politik, denn die Europäische Union hat die UN-BRK ebenfalls ratifiziert. Für die europäische und internationale Dimension arbeiten wir mit unseren Advocacy-Kollegen im internationalen CBM-Büro in Brüssel zusammen.

Wir führen Einzelgespräche mit Politikern, beteiligen uns in verschiedenen Diskussionsforen, kommentieren aber auch oft schriftlich aktuelle Vorhaben und politische Strategien der Bundesregierung und stellen unsere Forderungen an die deutsche Politik für eine behinderungsinklusive EZ. Häufig tun wir dies in Allianzen und entwickeln unsere Forderungen gemeinsam mit anderen Organisationen, beispielsweise im Rahmen von VENRO oder der Globalen Bildungskampagne oder des Deutschen Netzwerks für Vernachlässigte Tropenkrankheiten (DNTDs). Es gibt ein breites Spektrum an Organisationen, die sich in die politische Diskussion einbringen und oft bilden sich Synergien, die man nutzen und innerhalb derer man den CBM-eigenen Fokus einbringen kann.

Wir nutzen aber auch die Chancen, die sich aus unseren Kontakten zu Partner- und Selbstvertretungsorganisationen in Entwicklungsländern ergeben, um deutsche Politiker mit Betroffenen aus den Part-

nerländern der deutschen EZ zusammenzubringen und ihnen über unmittelbare Erfahrungsberichte ein besseres Verständnis für Bedarfe im Bereich der behinderungspolitischen EZ zu eröffnen.

### Werkzeuge aus der EZ mitgebracht

Gute Tools für die anwaltschaftliche Arbeit habe ich im Rahmen meiner Vorbereitungszeit bei der AGEH für meinen Einsatz von 2011 bis 2013 als Beraterin für Friedensförderung und Good Governance in einem von Misereor und Secours Catholique in der Republik Kongo geförderten Projekt an die Hand bekommen. Darüber kann ich meine vorangegangenen praktischen Erfahrungen in der Advocacy, die ich als Human Rights Officer in der Friedensmission der Vereinten Nationen in der Demokratischen Republik Kongo 2006 bis 2009 sammeln konnte, methodisch besser einordnen und gezielter nutzen. Auf diese Werkzeuge greife ich immer wieder gerne zurück.

Ich kann bei der international arbeitenden CBM also meine juristische Ausbildung und Erfahrungen in der Menschenrechtsarbeit, meinen EZ- Hintergrund sowie meine Vielsprachigkeit einbringen. Es war ein bisschen Geduld erforderlich, bis ich den richtigen Arbeitgeber gefunden habe. Ich möchte meinen beruflichen Werdegang vor allem danach ausrichten, was mich interessiert, mir Spaß macht und mir relevant und wichtig erscheint. Das ist für mich der rote Faden, nach dem ich mich richte und der mir zielführender erscheint für ein erfülltes Berufsleben als nach Aus- und Fortbildungsmöglichkeiten oder beruflichen Erfahrungen zu suchen, die vermeintlich auf dem Weg zu einer erfolgreichen „Karriere“ helfen und gerade gefragt sind.

Wer in der politischen Arbeit und in der Menschenrechtsarbeit aktiv sein will, hat in Deutschland eine Reihe von Möglichkeiten. In vielen Organisationen gibt es Referentenstellen für Lobbyarbeit, zum Beispiel zu Kinderrechten, Frauenrechten, LGBTIQ etc., aber auch im Bereich fairer Handel – um ein anderes Beispiel zu nennen – spielen Menschenrechtsfragen eine große Rolle.

Veronika Hilber 

### Interessante Stellenbörsen

Einige der auf Seite 6 vorgestellten Verbände und Herausgeber von Fachzeitschriften bieten Stellenbörsen speziell für den Berufszweig Kommunikation und Public Relations. Auch andere Jobbörsen haben sich auf diesen Zweig fokussiert.

[www.dprg.de/\\_Stellenmarkt.aspx](http://www.dprg.de/_Stellenmarkt.aspx)  
Jobbörse der DPRG

[www.gpra.de/category/karriere/](http://www.gpra.de/category/karriere/)  
Stellenangebote der Mitgliedsagenturen der GPRA e.V.

[www.horizontjobs.de](http://www.horizontjobs.de)  
Stellenangebote mit Fokus auf Marketing, Werbung und Medien

[www.journalistjobs.de](http://www.journalistjobs.de)  
Stellenmarkt des Medienfachverlags Rommerskirchen

[www.newsroom.de/jobs/aktuelle-jobs](http://www.newsroom.de/jobs/aktuelle-jobs)  
Journalistenportal mit Jobangeboten

[jobs.pr-journal.de](http://jobs.pr-journal.de)  
Website des PR-Journals

[www.pressesprecher.com/jobmarket](http://www.pressesprecher.com/jobmarket)  
Jobbörse des Magazins presssprecher

[stellenmarkt.wuv.de](http://stellenmarkt.wuv.de)  
W&V Stellenmarkt für Jobs im Medienbereich, in Marketing und Vertrieb

### Weiterbildungsangebote im Kommunikationsbereich

#### Das Förderungswerk der AGdD berät Sie gerne.

Das Angebot an Weiterbildungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation ist sehr vielfältig und reicht vom Tagesseminar bis zum Masterstudiengang, vom Kurzlehrgang für Anfänger/innen bis zum Spezialworkshop für Fachleute. Auf [www.kursnet.arbeitsagentur.de](http://www.kursnet.arbeitsagentur.de) und ähnlichen Portalen können Sie gezielt nach einer für Sie interessanten Weiterbildung suchen und ihre Aspekte einbringen.

Das Förderungswerk der AGdD berät Sie bei der Suche nach passenden Weiterbildungsmöglichkeiten gerne. Sie erreichen uns unter [info@agdd.de](mailto:info@agdd.de) oder telefonisch unter 0228/9089930.



# Die Öffentlichkeitsarbeit der Dienste

**Die folgenden Sonderseiten bieten einen Blick in die Öffentlichkeitsarbeit der sieben AGdD Mitgliedsorganisationen und des Konsortiums Ziviler Friedensdienst.**

Die kurzen Portraits illustrieren die Bandbreite der Träger und geben den Verantwortlichen für die Öffentlichkeitsarbeit ein Gesicht. Hat Christliche Fachkräfte International überhaupt keine eigenständige Geschäftseinheit für diesen Aufgabenbereich, so sind bei Brot für die Welt an die 70 Mitarbeitende in fünf Referaten in der Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt. Die AGEH, EIRENE, das forumZFD oder der Weltfriedensdienst arbeiten hier mit sehr viel kleineren Teams. Die personelle Ausstattung hängt aber nicht nur mit der Größe der Organisation zusammen.

Für alle gilt, dass die externe Unternehmenskommunikation die Produktion von Print- und Onlinemedien umfasst und die Rolle von Social Media kontinuierlich zunimmt. Auch sind die Zielgruppen vielfältig und oft fachfremd. Eine wichtige Aufgabe ist die Vermittlung der entwicklungs- und friedenspolitischen Arbeit: Hier findet man Projekt- und Länderberichte, Informationen zu Partnern und Kooperationen sowie inhaltliche, auch politische Positionierungen. Unterschiedlich groß ist der Aufwand für Kampagnen, einige Träger sind in der Spender- und Ehrenamtskommunikation sehr engagiert.

In der Öffentlichkeitsarbeit braucht es Profis: Alle Autor/innen betonen die Notwendigkeit einer journalistischen bzw. medien-spezifischen Ausbildung für ihren Arbeitsbereich. Inhaltliche Fachkompetenz und Erfahrungen in der Entwicklungszusammenarbeit runden das Profil optimal ab, sind jedoch keine Grundvoraussetzung.

In der Öffentlichkeitsarbeit der Träger spielen der Entwicklungs- und Zivile Friedensdienst nicht immer eine zentrale Rolle. Je größer die Organisation, desto geringer scheint die Bedeutung des Fachkräfteeinsatzes in der Außendarstellung zu sein. Und in diesem Jahr ist bei der GIZ die letzte Ausgabe der Zeitschrift Nah Dran erschienen – das einzige Medium, das exklusiv über die Arbeit von Fachkräften unter EH-Vertrag berichtet hat.

Alle Organisationen und auch das Konsortium ZFD bieten eine Plattform für die Erfahrungen und fachlichen Beiträge der über 1200 Entwicklungshelfer/innen im Ausland. Aus meiner Sicht kann über diesen solidarischen Einsatz nicht oft genug berichtet werden.

Gabi Waibel



Katharina Engels  
Leiterin der Presse- und  
Öffentlichkeitsarbeit  
AGEH



Das Team Öffentlichkeitsarbeit ist in der AGEH einem der beiden stellvertretenden Geschäftsführer zugeordnet. Die Pressearbeit ist direkt an die Hauptgeschäftsführung angebunden. Leiterin des vierköpfigen Teams ist

Katharina Engels. Sie hat Germanistik, Kunstgeschichte und Slawistik studiert. Von 1997 bis 2000 arbeitete sie als Referentin Öffentlichkeitsarbeit beim Malteser Auslandsdienst und in der Presseabteilung des Generalsekretariats des Malteser Hilfsdienstes. Von dort wechselte sie zur AGEH.

Im Team Öffentlichkeitsarbeit teilen sich vier Personen drei Vollzeitstellen. Zu den zentralen Aufgaben zählen die Produktion des Magazins „contacts“, die Pressearbeit, die Herstellung von Info- und Werbematerialien, der Internetauftritt, Social Media und Messestandgestaltung sowie die Weiterentwicklung der Corporate Identity. Außerdem werden andere Teams unterstützt, soweit dies mit Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit möglich ist.

Ein Arbeitsschwerpunkt ist das Magazin „contacts“, das drei Mal im Jahr erscheint. Contacts macht deutlich, welche Beiträge personelle EZ leisten kann und welche aktuellen Entwicklungen es in diesem Bereich gibt. Ein Redaktionsteam von Mitarbeiter/innen aus verschiedenen AGEH-Bereichen legt jeweils die Schwerpunktthemen fest. Eine echte Herausforderung ist angesichts der knappen Personaldecke der Bereich Social Media. Im Mittelpunkt steht hier das facebook-Profil, das inhaltlich mit Website, Newsletter, Contacts und der Pressearbeit verknüpft wird. „Gerade die Entwicklung in diesem Bereich zeigt, wie sehr sich die Arbeitsanforderungen immer wieder ändern und wir unsere Kompetenzen immer weiterentwickeln müssen“, stellt Katharina Engels fest.

Wenn Rückkehrende eine entsprechende Ausbildung mitbringen, kommunikationsstark sind, eine gute Schreibe haben, sich mit Content-Management-Systemen und Social Media auskennen, sieht Katharina Engels durchaus Jobchancen im Arbeitsfeld Öffentlichkeitsarbeit für NGOs: „Wir selbst suchen für unser Team ab November 2016 für ein Jahr eine Vertretung für eine halbe Stelle im Bereich online-Redaktion/Social Media/Contacts. Ein Rückkehrer oder eine Rückkehrerin, die die entsprechenden Qualifikationen mitbringt, könnte da natürlich gut passen.“

Dieter Pool  
Leiter der Abteilung  
Öffentlichkeitsarbeit  
Brot für die Welt



©Christoph Püschner/Brot für die Welt



CFI-Fachkraft Esther Rauen (links) bei der Öffentlichkeitsarbeit für Christliche Fachkräfte International

## Brot für die Welt

Bei Brot für die Welt ist die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Kooperation dem Präsidialbereich zugeordnet.

Die Abteilung umfasst fünf Referate:

- Das Referat „Gemeinde, Diakonie und Bildung“ hat die Aufgabe, den Dialog mit den Gemeinden zu fördern und deren Vertrauen in Brot für die Welt zu stärken. Dies geschieht unter anderem über die Zusammenarbeit mit den diakonischen Landesverbänden.
- Das Referat „Text und Gestaltung“ ist für die Erstellung von Materialien und Werbemitteln sowie die Organisation von Veranstaltungen zuständig.
- Wichtigste Aufgabe des Referats „Spenderkommunikation“ ist die Akquisition von Spenden und die Betreuung der Spendenden.
- Zum Aufgabenbereich des Referats „Produktion und Support“ gehören die Produktionsberatung und -begleitung sämtlicher Publikationen und Werbemittel sowie die Überwachung des Corporate Designs.
- Das Stabsreferat „Medien“ ist unter anderem für die klassische Medienarbeit, die Zusammenarbeit mit TV-Sendern sowie den Internetauftritt des Hilfswerks zuständig.

Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Kooperation von Brot für die Welt hat rund 70 Mitarbeitende. Leiter der Abteilung ist seit 2010 Dieter Pool. Der Marketingexperte war zuvor 25 Jahre lang Leiter Public Relations bei UNICEF Deutschland.

Ziel der Kommunikationsarbeit von Brot für die Welt ist es, Menschen in den Kirchengemeinden und in der allgemeinen Öffentlichkeit bei ihrem Engagement zu unterstützen und sie zum verantwortungsvollen Handeln zu motivieren. Dabei soll der gesellschaftliche und politische Diskurs über Entwicklungsfragen mitgestaltet und das Bewusstsein für die Verflechtung unserer Lebens- und Wirtschaftsweisen mit den Lebensbedingungen von Menschen in anderen Teilen der Welt gestärkt werden.

Das aktuelle Schwerpunktthema der Öffentlichkeitsarbeit von Brot für die Welt lautet „Gesunde Ernährung“. Unter dem Motto „Satt ist nicht genug!“ macht das evangelische Hilfswerk auf die Folgen von Mangelernährung aufmerksam.

Die Abteilung Öffentlichkeitsarbeit und Kooperation von Brot für die Welt freut sich über Bewerbungen von rückkehrenden Fachkräften. Voraussetzung für eine Beschäftigung sind allerdings die fachliche Qualifikation und eine einschlägige Berufserfahrung.



Christliche Fachkräfte International

Der Stuttgarter Entwicklungsdienst ist ähnlich aufgestellt wie viele Partner im Süden: CFI hat keine eigenständige Öffentlichkeitsabteilung.

„Hands on“ werden Auslandsmitarbeiter, das In-House-Personal und Rückkehrer in die verschiedenen Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit eingebunden.

„Christliche Fachkräfte International ist, was seine Mitarbeiter sind“ – es ist kein Claim, aber drückt ein wenig aus, wie wir Authentizität verstehen. „Echte Ehemalige“ bei einer Personalmesse mal nach „up`s and down`s“ befragen können, ohne dass groß „gefiltert“ wird. Artikel schreiben, die den letzten Rundbrief des Auslandsmitarbeiters zitieren. Auch da, wo der Projektpartner gewisse Optimierungspotentiale erkennen lässt. Oder man selbst. Gottesdienste – ja, CFI beginnt „mit großem C“ – ausgestalten, in denen man Bibeltexte mit Alltagsbegegnungen aus dem Auslandsdienst zusammenbringt: Wer im kongolesischen Hinterland schon einmal in eine Militärkontrolle kam, kann nachvollziehbar erklären, warum die Menschen zu Jesu` Zeiten ein Problem mit Zöllnern hatten. Klar gibt es auch die Hardware, die einfach passen muss: Inserate, Webcontent für das Personalrecruiting, eine kleine, dezente Pressearbeit und die Aktualisierung der Termine auf der Homepage [www.gottes-liebe-weltweit.de](http://www.gottes-liebe-weltweit.de) werden vorrangig in der Personalabteilung bearbeitet. Sowohl unsere vierteljährlichen „CFI-Nachrichten“ als auch sämtliche Broschüren und Flyer sind bei der Stabsstelle angesiedelt. Layout und Druckvorlagenerstellung aller Publikationen haben wir extern an eine befreundete Medienagentur abgegeben, die zu fairen Preisen tolle Arbeit liefert. Die Kommunikation mit Spendern und Freunden ist der Finanzabteilung zugeordnet – bei uns speziell und „handmade“: Jede (!) Spende wird per Hand „vom Chef“ unterzeichnet individuell bedankt. Und ein Spiel für unsere Bewerbermappe entwickeln schon mal die „Kids“ unserer Büromitarbeiter selbst.

So verteilt sich die Arbeit auf viele Hände – und egal, wie das Sprichwort von den vielen Köchen lautet: Unsere Erfahrung ist, dass wir als „echt“ wahrgenommen werden und sehr viel Vertrauen erfahren.



Thorsten Klein, Andreas Wagner, Anne Dähling, Jonas Rüger  
Öffentlichkeitsarbeit, EIRENE



Christoph Bongard  
Leiter der Abteilung  
Kommunikation  
forumZFD



Die Öffentlichkeitsarbeit in der Geschäftsstelle von EIRENE in Neuwied wird von einem vierköpfigen Team gestaltet. Der Referent für Öffentlichkeitsarbeit Thorsten Klein ist Historiker und Medienwissenschaftler und hat früher als freier Mitarbeiter für verschiedene Tageszeitungen und Magazine gearbeitet. Er wird unterstützt von Anne Dähling, ehemalige Fachkraft im Entwicklungsdienst in Kenia. Sie absolvierte im Anschluss an ihren Dienst eine Weiterbildung als Fundraiserin. Weitere Unterstützung bekommt die Öffentlichkeitsarbeit durch Jonas Rüger, Friedensfachkraft und Kommunikationswissenschaftler. Er ist bei EIRENE zuständig für Stiftungspartnerschaften. Außerdem verstärkt Andreas Wagner das Team. Er ist in seiner Hauptfunktion Fachberater für Wissensmanagement und zivile Konfliktbearbeitung im Programm Entwicklungszusammenarbeit.

Diese vier Mitarbeitenden bringen ihre verschiedenen Perspektiven in die Öffentlichkeitsarbeit ein. Dies ist besonders wichtig, um die vielfältige und komplexe Arbeit von EIRENE im Inland und in den Programmregionen umfassend darzustellen. Wichtig ist EIRENE eine politische Positionierung in der Öffentlichkeit. „Wir setzen uns für Gerechtigkeit, Frieden und Bewahrung der Schöpfung ein. Dies versuchen wir auch durch die Öffentlichkeitsarbeit zu vermitteln“, so Thorsten Klein.

Um die Arbeit von EIRENE in Publikationen, auf der Website oder über Social-Media-Kanäle darzustellen, ist die Öffentlichkeitsarbeit von EIRENE auf die Zuarbeit von lokalen Mitarbeitenden, Fachkräften und Freiwilligen angewiesen. Sie liefern Texte und Fotos von vor Ort und schildern ihre selbst erlebten Erfahrungen und Eindrücke. Oftmals unterstützen sie die Arbeit von EIRENE auch nach ihrer Rückkehr durch Beiträge in Rundbriefen oder Newslettern. Ehemalige Fachkräfte unterstützen den Auftritt von EIRENE bei Messen, wie zum Beispiel bei der Fachmesse Engagement weltweit oder bei Kirchen- und Katholikentagen. Sie vermitteln den Besucherinnen und Besuchern ein authentisches Bild über die EIRENE-Arbeit in den Programmregionen.



Das Forum Ziviler Friedensdienst hat in der Abteilung Kommunikation mehrere Arbeitsfelder zusammengefasst. Neben der klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gehören die Spender/innenkommunikation, Bildungsarbeit und Lobby- und Advocacy-Arbeit zu den Aufgabenbereichen der aktuell sieben Mitarbeitenden der Abteilung. Eine wachsende Bedeutung haben alle Formen der Online-Kommunikation.

Die Mehrheit der Teammitglieder verfügt aus früheren Tätigkeiten über Berufserfahrungen im Feld der internationalen Zusammenarbeit mit Nichtregierungsorganisationen, nur ein Mitarbeitender war selbst im Rahmen des Entwicklungsdienstes im Einsatz. Alle haben geistes- oder sprachwissenschaftliche Studiengänge abgeschlossen und bringen praktische Erfahrungen in Öffentlichkeitsarbeit, Journalismus und Veranstaltungsmanagement mit.

Die Mitarbeitenden im Bereich Kommunikation sind Übersetzer zwischen der Praxis der Friedensarbeit mit Partnern und Öffentlichkeit, Spender/innen und Politik in Deutschland. Das erfordert über die fachlich-handwerklichen Qualifikationen hinaus Sensibilität und die Fähigkeit, sich in die Perspektiven unterschiedlicher Zielgruppen und der Kolleginnen und Kollegen in den Projekten hineinzuversetzen. Im forumZFD sind vor allem Kenntnisse und Erfahrungen im Bereich der zivilen Konfliktbearbeitung und Friedenspolitik hilfreiche Ergänzungen fachlicher Qualifikation.

Rückkehrerinnen und Rückkehrer aus dem Entwicklungsdienst, die eine Mitarbeit im Bereich Öffentlichkeitsarbeit anstreben, sollten Erfahrungen in der Öffentlichkeitsarbeit oder im journalistischen Bereich mitbringen und diese Erfahrungen gegebenenfalls im Rahmen von Zusatzausbildungen im Bereich Fundraising oder Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vertiefen.

Detlev Tenzer  
Fachkonzeptionist  
Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ)



Martin Zint  
Öffentlichkeitsarbeit  
Weltfriedensdienst



**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Der Journalismus zählt ja nicht zu den klassischen Berufsfeldern im Entwicklungsdienst. Aber genau hier liegt meine Berufserfahrung: in Print- und

Hörfunkredaktionen sowie in PR-Agenturen. Groß war deshalb die Freude als ich 2009 beim DED in Namibia als Entwicklungshelfer für Kommunikationsthemen anfangen konnte. Als ein Jahr später in Südafrika die Fußballweltmeisterschaft stattfand, hat der DED dort ein umfangreiches Programm mit Projektbesuchen für Journalisten auf die Beine gestellt. Ich wurde dorthin „ausgeliehen“, um den DED auf die Arbeit mit Journalisten vorzubereiten, die Öffentlichkeitsarbeit umzusetzen und mit der Zentrale in Bonn zu koordinieren und die Journalisten bei den Projektbesuchen zu begleiten. Im Februar 2011 wechselte ich dann in die Unternehmenskommunikation am Standort Bonn der einen Monat zuvor gegründeten GIZ. Meine neue Aufgabe lautete, die Kommunikation zum Entwicklungsdienst in der GIZ sicherzustellen.

Die Kommunikationsstrategie der GIZ ist zweigleisig: Die Stabsstelle Unternehmenskommunikation betreut die Öffentlichkeitsarbeit des Gesamtunternehmens und managt den Pressekontakt. Die Fachkommunikation übernehmen sogenannte „Kommunikatoren“ in den Fachabteilungen. Folglich wurde die Kommunikation zum Entwicklungsdienst in die spezialisierte Geschäftseinheit ausgelagert, die auch die Entsendung verantwortet. Ich bin mitgezogen und habe die interne und externe Kommunikation der Geschäftseinheit übernommen. Die externe Kommunikation besteht überwiegend aus der Erstellung von Öffentlichkeitsmaterialien – unter anderem war ich Chefredakteur der Zeitschrift „Nah Dran“ und habe das Entwicklungshelferportal im GIZ-Web betreut. Intern betreue ich einen Newsletter an unsere Entwicklungshelfer und nehme an Informationsformaten teil, die die Besonderheiten des Entwicklungsdienstes erklären. Nach einer unternehmensweiten Reorganisation bin ich jetzt im Personalbereich tätig und dort schwerpunktmäßig mit den Grundsatzfragen (Entwicklungsdienst) betraut. Aber auch hierzu muss kommuniziert werden, denn GIZ-Mitarbeiter wissen nicht automatisch besser über Entwicklungshelfer Bescheid als Sportjournalisten. Bei meiner Tätigkeit hilft mir, dass ich das reine Kommunikationshandwerk mit Fachkenntnissen über den Entwicklungsdienst zu einem Mehrwert verknüpfen kann.

**wfd.**  
Weltfriedensdienst e.V.

Öffentlichkeitsarbeit beim Weltfriedensdienst verfolgt die klassischen Ziele: Sie soll den Bekanntheitsgrad erhöhen und die Arbeit transparent machen. Sie positioniert den Weltfriedensdienst im gesellschafts-

politischen Spektrum und bestätigt Mitarbeiter/innen, Mitglieder und Förderer in der Sinnhaftigkeit ihres Engagements beim Weltfriedensdienst.

Sie dient auch als Instrument der Friedens- und Entwicklungsarbeit, indem sie Anliegen der Partner im Süden in den deutschen Sprachraum kommuniziert. Sie hält zudem den „inneren Kreis“ – Mitglieder, Förderer, Mitarbeiter/innen, Vorstand, Gremien – über alle den Weltfriedensdienst betreffenden Dinge auf dem Laufenden, informiert über die verschiedenen Arbeitsfelder und pflegt den kritischen Dialog. Sie verbessert so die Kohärenz der Vereinsarbeit und trägt zur Ausbildung einer Weltfriedensdienst-Identität bei. Vierteljährlich wird ein Print-Magazin herausgegeben, der Querbrief. Er enthält Berichte aus Projekten, zur Bildungs-/Inlandsarbeit und Aktuelles rund um den Weltfriedensdienst. Zu relevanten friedens- und entwicklungspolitischen Fragen positioniert der WFD sich mit Pressemitteilungen.

Online präsentiert sich der Weltfriedensdienst auf zwei Websites. Ein klassischer Webauftritt – [www.weltfriedensdienst.de](http://www.weltfriedensdienst.de) – bietet aktuelle Informationen aus dem Umfeld der Organisation, zu allen Projekten, sowie weitere Informationen über die Organisationsstruktur, Verwendung der Mittel und anderes Wissenswertes. Die Seite [www.wasserraub.de](http://www.wasserraub.de) bietet einen thematischen Zugang zur Arbeit des Weltfriedensdienstes.

Personell ist die WFD-Öffentlichkeitsarbeit mit einer 30-Stunden Stelle ausgestattet, einige Ressourcen aus dem Bereich Fundraising kommen noch hinzu. Geleistet wird die anfallende Arbeit von einem Team bestehend aus einem Journalisten, der über Erfahrung in der Agenturarbeit und als freier Reporter verfügt, aus einem Diplomingenieur, der sich über spezifische Fortbildungen und langjährige Praxis im Bereich Soziale Netze qualifiziert hat. Dritter im Bunde ist ein Freiwilliger im sozialen Jahr, der weiß, was User wollen. Und mit der Medienkompetenz eines 20-jährigen kann er dies auch in weltweit sichtbare Bilder und Texte umsetzen.



Martina Rieken und Maren Mittler  
Öffentlichkeitsarbeit, Konsortium ZFD

## Websites, Portale, Social Media-Angebote der Dienste

### AGEH

[www.ageh.de](http://www.ageh.de)  
[www.facebook.com/agehev](https://www.facebook.com/agehev)

### Brot für die Welt

[www.brot-fuer-die-welt.de](http://www.brot-fuer-die-welt.de)  
[www.facebook.com/brotfuerdiewelt](https://www.facebook.com/brotfuerdiewelt)  
[www.twitter.com/BROT\\_furdiewelt](https://www.twitter.com/BROT_furdiewelt)  
[www.youtube.com/brotfuerdieweltvideo](https://www.youtube.com/brotfuerdieweltvideo)  
[www.xing.to/unternehmen-und-geben](https://www.xing.to/unternehmen-und-geben)

### CFI

[www.gottes-liebe-weltweit.de](http://www.gottes-liebe-weltweit.de)

### EIRENE

[www.eirene.org](http://www.eirene.org)  
[www.facebook.com/eireneinternationaler.christlicherfriedensdienst](https://www.facebook.com/eireneinternationaler.christlicherfriedensdienst)

### forumZFD

[www.forumZFD.de](http://www.forumZFD.de)  
[www.forumZFD.org](http://www.forumZFD.org) (Englisch)  
[www.forumZFD-akademie.de](http://www.forumZFD-akademie.de)  
[www.facebook.com/forumZFD](https://www.facebook.com/forumZFD)  
[www.twitter.com/hashtag/forumzfd](https://www.twitter.com/hashtag/forumzfd)  
[www.youtube.com/user/forumZFD](https://www.youtube.com/user/forumZFD)

### GIZ

[www.giz.de](http://www.giz.de)  
[www.facebook.com/gizprofile](https://www.facebook.com/gizprofile)  
[www.twitter.com/giz\\_gmbh](https://www.twitter.com/giz_gmbh)  
[www.youtube.com/user/GIZonlineTV](https://www.youtube.com/user/GIZonlineTV)

### Weltfriedensdienst

[www.weltfriedensdienst.de](http://www.weltfriedensdienst.de)  
[www.facebook.com/Weltfriedensdienst/](https://www.facebook.com/Weltfriedensdienst/)  
[www.twitter.com/wfd\\_ev](https://www.twitter.com/wfd_ev)  
[www.youtube.com/user/Weltfriedensdienst](https://www.youtube.com/user/Weltfriedensdienst)

### Konsortium Ziviler Friedensdienst

[www.ziviler-friedensdienst.org](http://www.ziviler-friedensdienst.org)  
[www.facebook.com/ZivilerFriedensdienst](https://www.facebook.com/ZivilerFriedensdienst)  
[www.twitter.com/zfdnews](https://www.twitter.com/zfdnews)



„Wir scheuen keine Konflikte“ – seit 1999 entsendet der Zivile Friedensdienst (ZFD) Fachkräfte zu

Partnerorganisationen weltweit, um zivile Kräfte der Gesellschaft dabei zu stärken, Konflikte friedlich zu regeln. Die Entsendung der Fachkräfte erfolgt über neun deutsche Entwicklungs- und Friedensdienste, die sich zum Konsortium ZFD zusammen geschlossen haben.

Seit 2008 hat das Konsortium ZFD ein eigenes zweiköpfiges Team für Öffentlichkeitsarbeit: Maren Mittler ist als Projektassistentin tätig und Martina Rieken ist Koordinatorin für Öffentlichkeitsarbeit. Maren Mittler hat Kommunikationswirtin (WAK) studiert. Bevor sie zum ZFD kam, war sie als Marketing-Kommunikationsfachwirtin in der freien Wirtschaft tätig. Martina Rieken ist PR-Beraterin – und Rückkehrerin: Als Entwicklungshelferin für den DED unterstützte sie von 2003 bis 2006 einen bolivianischen Verband für Wirtschaftsförderung und Ernährungssicherheit dabei, Kommunikationsstrukturen aufzubauen. Beraten wird das Team von der Fachgruppe Öffentlichkeitsarbeit des Konsortiums, die sich aus Vertreter/innen der ZFD-Träger zusammensetzt.

Mit seiner gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit will das Konsortium den ZFD in der Öffentlichkeit bekannter machen: Dazu dienen die Website, ein Newsletter und eigene Social-Media-Kanäle, die vom Team für Öffentlichkeitsarbeit gepflegt werden. Regelmäßig erscheinen neue Materialien und Publikationen, wie beispielsweise das ZFD-Lesebuch, das Einblicke in Projekte aus aller Welt gewährt. Die Öffentlichkeitsarbeiterinnen sorgen dafür, dass der ZFD mit einem Stand auf Veranstaltungen präsent ist, z.B. auf Kirchen- oder Fachtagen und verleihen die ZFD-Ausstellung. Außerdem fallen Medienanfragen und allgemeine Anfragen an den ZFD in ihr Aufgabengebiet. Der ZFD ist sehr vielfältig, das betrifft seine Methoden und Einsatzgebiete, die Partnerorganisationen, die Fachkräfte und die Entsendeorganisationen selbst. Daher ist es eine Herausforderung, die Interessen an der gemeinsamen Öffentlichkeitsarbeit unter einen Hut zu bringen.

Als Rückkehrer/in aus dem Entwicklungsdienst sind die Chancen auf einen Job in der Öffentlichkeitsarbeit vor allem dann gut, wenn bereits zuvor Kenntnisse in diesem Bereich vorhanden waren. Durch die Kombination aus beiden Bereichen sind Rückkehrer/innen dann prädestiniert für eine Aufgabe in der Kommunikationsabteilung eines Friedens- oder Entwicklungsdienstes.

## Printmedien und periodische Publikationen



### AGEH

Magazin „contacts“  
Newsletter

### Brot für die Welt

Newsletter und zahlreiche (Fach-)Publikationsreihen, z.B. „Aktuell“

### CFI

CFI-Nachrichten

### EIRENE

EIRENE Rundbrief

### forumZFD

Magazin forumZFD

### GIZ

Magazin „akzente“  
zahlreiche (Fach-)Publikationen und Newsletter

### Weltfriedensdienst

Magazin „Querbrief“

### Konsortium

### Ziviler Friedensdienst

Newsletter „ZFD aktuell“



## Das neue Online-Portal der AGdD entsteht: Danke für Ihre Mithilfe



Teilnehmende des ersten Workshops in der alten Bonner Sternwarte

Der Relaunch unseres Internetauftritts schreitet voran, bis Ende 2016 soll das neue Portal online sein. In Kooperation mit der Abteilung Medienwissenschaft der Universität Bonn laufen schon das ganze Jahr über verschiedene Studien, Projekte und Workshops. Wir haben das Ziel, mit dem neuen Online-Angebot der AGdD den Wünschen unserer Zielgruppe nachzukommen und die vorhandenen Angebote für (ehemalige und aktuelle) Fachkräfte im Entwicklungsdienst und Zivilen Friedensdienst auszubauen.

### Die AGdD bedankt sich bei allen Mitwirkenden

Masterstudierende der Medienwissenschaft haben in den letzten Monaten unsere derzeitige Website unter die Lupe genommen und insbesondere nach Ihren Wünschen an den neuen Onlineauftritt der AGdD gefragt. Wir bedanken uns sehr bei allen, die an den diversen Befragungen im Netz und im Labor teilgenommen haben. Mitte Juli wurden uns die vorläufigen Ergebnisse präsentiert.

### Vernetzung erwünscht

Die Studien haben gezeigt, dass aktive Fachkräfte und Rückkehrer/innen sich gerne stärker vernetzen möchten. Die AGdD möchte diesem und anderen Wünschen nachkommen. Wir planen, auf unserem Online-Portal wie bisher Informationen über unsere Angebote und zur beruflichen Orientierung bereitzustellen. Zusätzlich werden wir verschiedene Aspekte rund um den Entwicklungsdienst und die Rückkehr sowie Fragen des persönlichen Ankommens thematisieren. Mit Hilfe einer

entsprechenden Software sollen Fachkräfte und Rückkehrer/innen selbst Informationen austauschen und ihre Erfahrungen und Tipps teilen können.

Es liegt nun an einer Internetagentur, diese Ideen mit sinnvoller Technik und einem ansprechenden Design umzusetzen. Wir sind sehr gespannt, wie der neue Onlineauftritt der AGdD sich entwickelt und werden Sie darüber auf dem Laufenden halten.

### Wir suchen schöne Fotos

Mit unserem neuen Online-Portal möchten wir auch den Entwicklungsdienst abbilden und anschaulich machen sowie Fachkräften die Möglichkeit bieten, über ihre Arbeit und Erfahrungen zu berichten. Aktuell sind wir auf der Suche nach passendem Bildmaterial.

Wenn Sie aus der Zeit Ihres Entwicklungsdienstes gute Fotos haben, freuen wir uns, wenn Sie uns diese digital zur Verfügung stellen. Mit der Übersendung der Fotos willigen Sie ein, dass die AGdD Ihre Bilder für ihre Medien (online und print) mit einem entsprechenden Bildnachweis verwenden darf. Eine Weitergabe an Dritte ist ausgeschlossen.

Bitte senden Sie die Bilder als jpg-Datei an: [info@agdd.de](mailto:info@agdd.de). Teilen Sie uns bitte auch mit, wo das Bild aufgenommen wurde und wer und was darauf zu sehen ist. Dann können wir bei Veröffentlichungen passende Bildunterschriften formulieren.

Wir freuen uns auf Ihre Fotos!  
Vielen Dank.

## Entwicklungspolitische Bildungsarbeit



Bildung trifft Entwicklung

Das Einstiegsseminar "Globales Lernen" richtet sich an diejenigen, die in der Bildungsarbeit bei Bildung trifft Entwicklung (BtE) tätig werden wollen und eigene

Bildungsveranstaltungen durchführen möchten.

Die Wochenendveranstaltung wird an verschiedenen Terminen und Orten angeboten:

- 9. - 11. September 2016 in Magdeburg,
- 23. - 25. September 2016 in Hamminkeln,
- 7. - 9. Oktober 2016 in Buchenau
- 4. - 6. November 2016 in Hennef.

Informationen über das Einstiegsseminar, Hinweise auf weitere Veranstaltungen und Möglichkeiten, in der entwicklungs-politischen Bildungsarbeit aktiv zu werden, bietet die Internetseite von Bildung trifft Entwicklung (BtE).

Info:  
www.bildung-trifft-entwicklung.de

## Lehrgang: CasemanagerIn/FallmanagerIn: Integration/Migration/Flüchtlinge

Dieser Lehrgang des Instituts für Training und Beratung (itb) beschäftigt sich mit verschiedenen Themenbereichen wie Interkulturelle Kompetenzen und Rechtsfragen. Einen breiten Raum nehmen Methoden des Fallmanagements/Case Managements und andere „Werkzeuge“ ein. Der Lehrgang kann entweder in Vollzeit oder berufsbegleitend belegt werden.

Der Vollzeitlehrgang findet über eine Dauer von circa zwei Monaten montags bis freitags statt, die Gebühr beträgt derzeit 2.500 Euro; für über einen Bildungsgutschein geförderte Personen gilt ein abweichender Preis.

Die berufsbegleitende Alternative erstreckt sich über sechs bis acht Monate an etwa zwei Wochenenden im Monat, hier beträgt die Gebühr derzeit 1.900 Euro. Die nächsten Lehrgänge sind ab dem 21.10.2016 (berufsbegleitend) und ab dem 24.10.2016 (Vollzeit) geplant. Veranstaltungsort ist Hamburg.

Info:  
www.itb-net.de/weiterbildung.htm

## Berufseinstieg Volontariat

Ein Studium ist Pflicht, Berufserfahrungen sind klar von Vorteil – und eine Bezahlung nach Tarifvertrag eher selten: So sieht die Situation für Berufseinsteiger/innen aus, die sich auf Volontariate in Museen oder Medienhäusern bewerben. Das ergab eine aktuelle Auswertung des Wissenschaftsladens (WILA) Bonn e.V.

Für die Studie wurden über 800 Stellenbeschreibungen aus den letzten 12 Monaten ausgewertet. 81 Prozent der Arbeitgeber fordern von Bewerbern ein Studium, 46 Prozent erwarten erste Berufserfahrungen und 18 Prozent nennen explizit Praktika oder freie Mitarbeit als Anforderung. Rund 39 Prozent der Stellen wurden von Museen ausgeschrieben, 34 Prozent von Medienhäusern aus Print, TV, Radio und Online. Hinzu kommen 13 Prozent von Unternehmen außerhalb dieser Branchen, etwa aus dem PR-Sektor.

Wie unterschiedlich Volontariate ausgeschrieben werden, zeigt sich auch bei der Dauer des Arbeitsvertrages. 52 Prozent der Volontariate sind auf 24 Monate befristet – so wie es etwa in Redaktionen üblich ist. 18 Prozent sind auf zwölf Monate befristet, und 8 Prozent auf 18 Monate.

Die Bezahlung der Volontärinnen und Volontäre ist ebenso unterschiedlich. Fast die Hälfte der Arbeitgeber (48 Prozent) schweigt sich über das Gehalt aus. 30 Prozent geben einen Tarifvertrag an, fast immer bei wissenschaftlichen Volontariaten im Museumsbereich. Dort wird allerdings auch häufig eine Promotion erwartet. Weniger als 1 Prozent gaben an, dass sie über 2.000 Euro pro Monat zahlen. Dagegen sind Gehälter deutlich unter 2.000 Euro keine Seltenheit. Sieben Prozent geben an, dass sie bis 1.500 Euro pro Monat zahlen. Zwei Prozent geben sogar an, dass sie weniger als 1.000 Euro im Monat zahlen. Auf der WILA-Website finden sich weitere Infos über Volontariate als Berufseinstieg.

Info:  
www.wilabonn.de

Alle Infos sind gründlich recherchiert und dennoch ohne Gewähr. Wir machen immer wieder die Erfahrung, dass sich Angaben zu Terminen, Studieninhalten und -kosten nach Redaktionsschluss kurzfristig ändern.

## Novelierungen bei der Aus- und Fortbildungsförderung

### BAföG

Im August trat das umfassende Reformpaket des 25. BAföG-Änderungsgesetzes in Kraft. Die Bedarfssätze und die Einkommensfreibeträge steigen um rund sieben Prozent. Der Wohnzuschlag für nicht bei ihren Eltern wohnende Studierende wird überproportional auf 250 Euro angehoben, für diese Studierenden steigt damit der monatliche Förderungshöchstsatz sogar um rund 9,7 Prozent von derzeit 670 Euro auf künftig 735 Euro.

Der Freibetrag für eigenes Vermögen von Auszubildenden wird ebenfalls deutlich angehoben – von bisher 5200 Euro auf 7500 Euro.

Info:  
www.bafög.de

### Aufstiegs-BAföG (AFBG)

Auch die Gesetzesnovelle des Aufstiegsfortbildungsförderungsgesetzes (AFBG) ist zum ersten August in Kraft getreten. Unter anderem steigt der maximale Unterhaltsbeitrag für Alleinstehende von 697 Euro auf 768 Euro. Der maximale Maßnahmenbeitrag für Lehrgangs- und Prüfungskosten steigt von 10.226 Euro auf 15.000 Euro. Neu beginnen kann eine geförderte Aufstiegsfortbildung nun auch, wer als höchsten Hochschulabschluss bereits einen Bachelorabschluss hat oder wer ohne Erstausbildungsabschluss – etwa als Studienabbrecher oder mit Fachabitur und Berufspraxis – zur Prüfung oder Fachschule zugelassen wird.

Mit dem Aufstiegs-BAföG nach dem AFBG werden Teilnehmer/innen an Maßnahmen der beruflichen Aufstiegsfortbildung finanziell unterstützt. Typische Aufstiegsfortbildungen sind Meister- oder Fachwirtkurse, Erzieher- und Technikerschulen sowie mehr als 700 weitere gleichwertige Fortbildungen. Teilnehmer/innen erhalten einkommensunabhängig einen Beitrag zu den Kosten der Fortbildung und bei Vollzeitmaßnahmen zusätzlich einkommensabhängig einen Beitrag zum Lebensunterhalt.

Die Förderung erfolgt teils als Zuschuss, teils als zinsgünstiges Darlehen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW).

Info:  
www.aufstiegs-bafog.de

## Fernlehrgang „Kompetenzen für die Integrationsberatung“

Das Institut für berufsbezogene Beratung und Weiterbildung, ibbw consult GmbH, richtet sich mit diesem Fernlehrgang an Mitarbeiter/innen in Flüchtlingswohnheimen, Beratungsstellen, Initiativen, Migrantenvereinen oder der Gemeinwesenarbeit. Themen des Lehrgangs sind Grundlagen der Sozialberatung, Migration aus historischer, globaler und rechtlicher Perspektive und Ansätze zur sozialen und psychosozialen Integration.

Unterrichtet wird in Form von Lehrheften und Einsendaufgaben, die durch einen Tutor oder eine Tutorin begutachtet werden. Die Lehrgangsdauer beträgt neun Monate. Die Teilnahmegebühr beträgt 855 Euro.

Info:

[www.ibbw-consult.de/portfolio-view/fernkurs\\_integrationsberatung](http://www.ibbw-consult.de/portfolio-view/fernkurs_integrationsberatung)

## Neue Weiterbildung: Gesundheitliche Präventionsberatung

Ab Januar 2017 bietet die Hochschule Bonn-Rhein-Sieg eine Weiterbildung „Präventionsberatung und betriebliche Beschäftigungssicherung“. Fünf Lehrmodule sollen befähigen, Konzepte zur Gestaltung sicherer und gesundheitsgerechter Arbeitsplätze zu entwickeln und in der betrieblichen Praxis umzusetzen. Das zehnmonatige Studium ist berufsbegleitend und schließt mit einem Hochschulzertifikat ab. Die Studiengebühr beträgt 4.550 Euro.

Das Studium richtet sich insbesondere an Beschäftigte aus Personalabteilungen, Fachleute für betriebliche Gesundheit und Consultants. Während des Studiums absolvieren die Teilnehmer/innen zusätzlich zum Fernlernen fünf einwöchige Präsenzphasen. Zwei Präsenzwochen finden bei den Kooperationspartnern – der Verwaltungsbereichsgenossenschaft (VBG) in Duisburg und dem Institut für Arbeit und Gesundheit der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung (IAG) in Dresden – statt.

Das weiterbildende Studium beginnt am 16. Januar 2017. Interessierte können sich bis zum 31. Oktober 2016 für einen der 30 Studienplätze bewerben.

Info:

[www.h-brs.de/de/sv/praeventionsberatung](http://www.h-brs.de/de/sv/praeventionsberatung)

## Hochschul-Bildungs-Report

Die Digitalisierung verändert zunehmend auch technikferne Berufe, viele akademische Tätigkeiten werden durch Automatisierung ersetzt werden können. Hochschulen bereiten die Studierenden jedoch nicht ausreichend genug auf die neuen Anforderungen einer Arbeitswelt 4.0 vor. Dies sind zentrale Ergebnisse des „Hochschul-Bildungsreports 2020“, dessen aktuelle Ausgabe mit dem Schwerpunkt „Hochschulbildung für die Arbeitswelt 4.0“ im Juni vom Stifterverband und McKinsey & Company vorgestellt wurde.

Der Report basiert unter anderem auf einer repräsentativen Umfrage unter 300 Unternehmen in Deutschland.

Info:

[www.hochschulbildungsreport.de](http://www.hochschulbildungsreport.de)

## Weiterbildendes Studium: Integrationsmanagement (FHM)

Diese sechsmonatige, berufsbegleitende Weiterbildung bietet die staatlich anerkannte, private Fachhochschule des Mittelstands (FHM) an. Der Studiengang beschäftigt sich mit verschiedenen Aspekten des Themas Integration. In sechs Modulen geht es unter anderem um Grundlagen des Case Managements, um rechtliche Aspekte der Flüchtlingshilfe, interkulturelle Sensibilisierung, Resilienzförderung und den Themenkomplex Bildung, Beruf und Arbeit. Der Handlungsbezug steht im Mittelpunkt des Moduls „Theorie-Praxis-Transfer im Rahmen berufsspezifischer Arbeitsfelder“. Das weiterbildende Studium richtet sich an pädagogische Fachkräfte, Sozialarbeiter/innen und andere, die in der Flüchtlingshilfe beschäftigt sind. Vorausgesetzt wird ein akademischer Abschluss oder Berufsabschluss mit Berufserfahrung. Durch das „Blended Learning“ Konzept gibt es in der Regel nur einmal im Monat Präsenzveranstaltungen an einem Studienort der FHM. Ansonsten erfolgt die Weiterbildung durch Online-Lehrveranstaltungen und Skripte. Studienstart auf Anfrage. Die Studiengebühr beträgt derzeit 1.920 Euro.

Info:

[www.fh-mittelstand.de/integrationsmanagement](http://www.fh-mittelstand.de/integrationsmanagement)

## DIE-Forum Weiterbildung 2016

Das Deutsche Institut für Erwachsenenbildung veranstaltet am 5. und 6. Dezember 2016 in Bonn ein Forum Weiterbildung. Thema des diesjährigen DIE-Forums ist „Erwachsenenbildung in der Einwanderungsgesellschaft“. Teilnehmende können zwischen verschiedenen Arbeitsgruppen wählen. Geplante Themen der Arbeitsgruppen sind: Interkulturelle Öffnung von Weiterbildungseinrichtungen, Spracherwerb und Sprachförderung bei Erwachsenen, Anerkennung von Kompetenzen und Arbeitsmarktintegration, Wertkonflikte in Veranstaltungen der Erwachsenenbildung sowie Fremdenfeindlichkeit begegnen: Politische Bildung und interkulturelle Trainings. Die Teilnahmegebühr beträgt 120 Euro.

Info:

[www.die-bonn.de](http://www.die-bonn.de)



## Das AGdD Förderungswerk berät bei der Suche nach geeigneten Weiterbildungen

Mit welcher Weiterbildung lassen sich die Beschäftigungschancen und beruflichen Entwicklungsmöglichkeiten verbessern? Welche Weiterbildung passt zum bisherigen Werdegang und den beruflichen Plänen? Zu dem Zeit- und Finanzbudget, das man aufwenden kann oder will?

Für Ihre Weiterbildungsüberlegungen und Ihre Suche nach einem passenden Bildungsangebot können Sie gerne das Informations- und Beratungsangebot des AGdD Förderungswerks nutzen.

E-Mail: [info@agdd.de](mailto:info@agdd.de)

Telefon: 0228 908 99 30

Skype: nach Terminvereinbarung



## Arbeitsmarkt aktuell

Im Juli 2016 waren 2.661.000 Menschen bei der Bundesagentur für Arbeit arbeitslos gemeldet. Damit lag die Arbeitslosenquote in Deutschland bei 6,0 Prozent. „Der Arbeitsmarkt hat sich im Juli gut entwickelt. Mit der einsetzenden Sommerpause ist die Zahl der arbeitslosen Menschen angestiegen, saisonbereinigt gab es aber einen Rückgang“, sagte der Chef der Bundesagentur für Arbeit, Frank-J. Weise.



## Bundesagentur für Arbeit Statistik

Nach Angaben von Eurostat lag die saisonbereinigte Arbeitslosenquote im Euroraum im Juni 2016 bei 10,1 Prozent und in der EU28 bei 8,6 Prozent. Am niedrigsten waren die Arbeitslosenquoten in Malta (4,0 Prozent), der Tschechischen Republik (4,1 Prozent) und Deutschland (4,2 Prozent). In Spanien lag sie bei 19,9 Prozent und in Griechenland im April 2016 bei 23,3 Prozent. In der Schweiz lag die Arbeitslosenquote im Juli 2016 bei 3,1%.

Info:  
[www.arbeitsagentur.de](http://www.arbeitsagentur.de)  
<http://ec.europa.eu/eurostat>  
[www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch)

## Stellenmarkt des AKLHÜ



1.267 Stellen für EZ-Fachkräfte wurden im ersten Halbjahr 2016 im Online-Stellenmarkt des Arbeitskreis Lernen und Helfen in Übersee e.V. (AKLHÜ) veröffentlicht.

Abgesehen von einigen überregional ausgeschriebenen Stellen waren 395 in der Region Afrika südlich der Sahara angesiedelt, 96 Stellen in Lateinamerika/Karibik, 139 in Asien/Pazifik, 301 in Europa/Kaukasus/Zentralasien, in der Region Maghreb und Naher Osten 119 und in Nordamerika 6. Für Arbeitsplätze bei den EZ-Organisationen in Deutschland waren 301 Angebote Online.

Info:  
[www.entwicklungsdienst.de](http://www.entwicklungsdienst.de)

## Beschäftigung im Umweltschutz

2012 waren in Deutschland rund 2,2 Millionen Menschen für den Umweltschutz tätig. Das zeigen aktuelle Zahlen des Umweltbundesamtes (UBA). Gegenüber 2010 ist die Beschäftigung im Umweltschutz um 245.000 Personen oder 12,5 Prozent gestiegen. Deutlich zugenommen hat die Beschäftigung vor allem im Bereich der umweltschutzorientierten Dienstleistungen. Auch die steigenden Exporte von Umweltschutzgütern sorgten für höhere Beschäftigungszahlen. In anderen Bereichen, insbesondere bei der Photovoltaik und der energetischen Gebäudesanierung, ist Entwicklung dagegen rückläufig.

Während sich die Gesamtzahl der Umweltschutzbeschäftigten mangels aktuellerer Daten derzeit nur für das Jahr 2012 ermitteln lässt, liegen für die erneuerbaren Energien Schätzungen bis 2014 vor. Diese belegen den deutlichen Rückgang in der Solarwirtschaft, insbesondere der Photovoltaik. Der Beschäftigungszuwachs in der Windenergiebranche konnte diesen Rückgang nur zum Teil kompensieren. Somit ist die Beschäftigung insgesamt rund um den Ausbau und die Nutzung der erneuerbaren Energien gesunken. Trotz dieses Rückgangs waren 2014 mit rund 350.000 Personen immer noch doppelt so viele Menschen bei den erneuerbaren Energien beschäftigt wie zehn Jahre zuvor. Bei der energetischen Gebäudesanierung ist ebenfalls eine rückläufige Entwicklung zu verzeichnen.

International nimmt Deutschland auf dem Markt für Umweltschutzgüter seit Jahren eine Spitzenposition ein. Dieser Markt wächst dynamisch. Etliche Bereiche – wie zum Beispiel Ökotourismus oder produktintegrierter Umweltschutz – sind wegen mangelnder Daten allerdings nur unzureichend erfasst. Die für 2012 geschätzte Zahl von 2,2 Millionen Beschäftigten ist daher als Untergrenze zu sehen.

Der Bericht zur Umweltschutzbeschäftigung wurde vom Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) durchgeführt. Die 2016 aktualisierte Ausgabe der Broschüre „Beschäftigung im Umweltschutz 2012 – Entwicklung und gesamtwirtschaftliche Bedeutung“ steht als PDF-Download zur Verfügung.

Info:  
[www.umweltbundesamt.de](http://www.umweltbundesamt.de)

## Mehr offene Stellen als im Vorjahr

Nach den Ergebnissen einer Stellenerhebung des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) gab es im zweiten Quartal 2016 deutschlandweit 985.200 offene Stellen. Das sind rund 10 Prozent mehr als vor einem Jahr. In Westdeutschland belief sich die Zahl der offenen Stellen auf 767.000, in Ostdeutschland auf 218.000. Im Sektor Erziehung und Unterricht verzeichnete die IAB-Stellenerhebung 45.000 offene Stellen. Ein Jahr zuvor waren es 32.000. „Ein wichtiger Faktor ist der gestiegene Bedarf an Lehrkräften, der durch die Flüchtlingszuwanderung entstanden ist“, so der IAB-Arbeitsmarktforscher Alexander Kubis.

Info:  
[www.iab.de](http://www.iab.de)

## Gründungsmonitor: Zahl der Gründungen stark gesunken



KfW Research

## KfW-Gründungsmonitor 2016

Laut dem Gründungsmonitor der KfW ist die Zahl der Gründer/innen in Deutschland im Jahr 2015 im Vergleich zum Vorjahr um 17 Prozent auf 763.000 Personen gesunken. „Die sehr gute Situation am Arbeitsmarkt hemmt die Gründungstätigkeit. Positiv dabei ist, dass es zuvor noch nie so wenige Notgründer gab“, sagt Dr. Jörg Zeuner, Chefvolkswirt der KfW.

Der KfW-Gründungsmonitor 2016 beleuchtet auch die Bedeutung der digitalen Technologien für Gründungen. Das Ergebnis: Jede fünfte Gründung basiert auf digitalen Technologien. Die Geschäftsmodelle sind vielfältig: Zu den digitalen Gründern zählen App-Anbieter, Betreiber von Webportalen, Onlinehändler, Softwareentwickler oder auch Webdesigner.

Der KfW-Gründungsmonitor steht als PDF-Download zur Verfügung.

Info:  
[www.kfw.de](http://www.kfw.de)

## women&work: Berufliche Perspektiven für Rückkehrerinnen

Zum sechsten Mal fand dieses Jahr die „women&work“ in Bonn statt, eine Karriere-messe speziell für Frauen. Die mehr als 7000 Besucherinnen konnten sich an zahlreichen Arbeitgeberständen, in Vorträgen und Podiumsdiskussionen über Jobperspektiven, Einstiegs- und Weiterbildungsmöglichkeiten informieren – auch für Rückkehrerinnen aus dem Entwicklungsdienst eine interessante Informationsquelle.

Die Messe stand diesmal unter dem Motto „women world wide“ und die AGdD präsentierte am eigenen Stand den Entwicklungsdienst als eine Option des Auslandseinsatzes. Viele Besucherinnen waren über die Vielfalt der Stellenprofile überrascht, das Interesse war groß. Suchten einige Anregungen für eine berufliche Umorientierung, äußerten andere den Wunsch, etwas „Sinnvolles“ zu tun. Die meisten hatten sich mit dem Anliegen und den Möglichkeiten des Entwicklungsdienstes jedoch noch nie befasst. Gerade deshalb war es sinnvoll, den Entwicklungsdienst einmal außerhalb der EZ sichtbar zu machen.

Auch abseits unseres Stands gab es viele Möglichkeiten sich inspirieren zu lassen. Besonders Unternehmen aus den Bereichen Wirtschaft und IT waren in der Messehalle vertreten. Bei der vielfältigen Auswahl an Vorträgen – von „Internationale Zusammenarbeit“ bis „Gründen? Aber sicher!“ – war für jede Frau etwas dabei. Doch was die „women&work“ vielleicht besonders auszeichnet, ist die Möglichkeit, in vorterminderten Vier-Augen-Gesprächen direkt mit Personalverantwortlichen ins Gespräch zu kommen: bei den vielen großen deutschen und internationalen Unternehmen auf der Messe eine echte Chance!



AGdD Geschäftsführerin Dr. Gabi Waibel am AGdD-Messestand

Die Karrieremesse bietet Anregungen für die eigene Karriereplanung und ein spannendes Programm an Workshops und Vorträgen.

Die nächste „women&work“ findet am 17. Juni 2017 mit dem Schwerpunkt „Veränderung & Transformation“ statt.

Info:  
[www.womenandwork.de](http://www.womenandwork.de)

### Wissenschaftsladen Bonn zum Thema EZ-Rückkehr

Der WILA Bonn hat im August in seinen Infodiensten über die Rückkehr aus der EZ berichtet.

Neben einem Interview mit Brigitte Binder von der AGdD werden auch die Erfahrungen von verschiedenen Rückkehrerinnen wiedergegeben. Die Berichte behandeln die Herausforderungen der Rückkehr und Empfehlungen für den beruflichen

Wiedereinstieg nach dem Entwicklungsdienst.

Die Artikel stehen teilweise auch im Blog auf der Website des Wissenschaftsladens kostenlos zur Verfügung.

Info:  
[www.wila-arbeitsmarkt.de/blog](http://www.wila-arbeitsmarkt.de/blog)

### Angebot für Rückkehrende Ermäßigte Abos beim Wissenschaftsladen Bonn

Aufgrund einer Vereinbarung zwischen der AGdD und dem Wissenschaftsladen Bonn (WILA) können Rückkehrer/innen ab sofort den „Infodienst für Berufe in Bildung, Kultur und Sozialwesen“ oder den „Infodienst für Berufe in Umwelt und Natur“ zu einem ermäßigten Preis abonnieren.

Infodienst für Berufe in  
Bildung, Kultur und  
Sozialwesen

Infodienst für Berufe in  
Umwelt und Natur

Die WILA Arbeitsmarkt-Hefte bieten jede Woche eine Übersicht von mehreren hundert Stellenangeboten. Arbeitsmarkt-Experten/innen des WILA werten dafür bundesweit das Stellenangebot in Tages- und Wochenzeitungen, in Fachzeitschriften sowie Jobbörsen und Firmenseiten aus. Die relevanten Stellen sortieren sie nach Berufsfeldern und Postleitzahlgebieten. Darüber hinaus beinhalten die wöchentlichen Hefte Tipps und Hintergründe über berufliche Perspektiven, die auch für Rückkehrer/innen spannend sind. Der Wissenschaftsladen Bonn e.V. als Herausgeber ist ein gemeinnütziger Verein und Europas größter Wissenschaftsladen.

Eine Ausgabe kostet für Rückkehrer/innen nun 3,45 Euro (statt 4,00 Euro). Bei Auslandsabos fallen zusätzliche Porto-kosten an.

Wenn Sie Interesse an einem Abo haben, melden Sie sich bitte per E-Mail bei uns ([info@agdd.de](mailto:info@agdd.de)). Sie erhalten von uns eine Bestätigung, mit der Sie dann das Abo zum ermäßigten Preis beim WILA bestellen können.

Die Mindestbezugszeit umfasst 16 Ausgaben. Eine Kündigung muss schriftlich unter Wahrung einer Frist von vier Wochen erfolgen (per E-Mail, Fax oder Brief). Sie ist frühestens zum Ende der Mindestbezugszeit, danach jederzeit fristgerecht möglich.

Weitere Infos sowie eine Probe-Ausgabe unter: [www.wila-arbeitsmarkt.de](http://www.wila-arbeitsmarkt.de)

## Die nächsten Seminare des Förderungswerks der AGdD

### Arbeitsmarkt Migration und Integration: Chancen für Rückkehrer/innen 9. - 11. September 2016 in 14109 Berlin

Jeder fünfte Einwohner in Deutschland hat einen Migrationshintergrund, hinzu kommen aktuell viele Menschen auf der Flucht, die versorgt und betreut werden müssen. Nicht nur Hilfsorganisationen und Kommunen fehlt es an professionellen Arbeitskräften. Auch um Integrationsprozesse zu gestalten, wird qualifiziertes und interkulturell kompetentes Personal benötigt. Welche Tätigkeitsfelder ergeben sich hieraus für Rückkehrer/innen? Welche (Zusatz-)Qualifikationen sind dafür notwendig? Das Seminar gibt Ihnen einen Überblick über Akteure und Arbeitsbereiche und unterstützt Sie dabei, Ihre im Entwicklungsdienst erworbenen Kompetenzen für diesen Arbeitsmarkt zu formulieren.

### Kompetenzbilanz: Berufliche Entwicklungsmöglichkeiten erkennen und erschließen, 7. - 9. Oktober 2016 in 64646 Heppenheim

Der Entwicklungsdienst verändert das persönliche und berufliche Profil. Nach der Rückkehr ist es entscheidend, dass Sie Ihre durch den Entwicklungsdienst gewonnenen Kompetenzen erkennen, benennen und deren Stellenwert auf dem Arbeitsmarkt einschätzen können. Angeleitet von einer erfahrenen Diplom-Psychologin mit den Schwerpunkten Personal und Management erarbeiten Sie Ihr individuelles Kompetenzprofil und formulieren Ziele für Ihre berufliche Entwicklung.

### Arbeiten in der Consultingbranche 4. - 6. November 2016 in 53639 Königswinter

Die Consulting-Branche boomt. Neben Firmen, die für institutionelle oder private Auftraggeber Projekte auch im Rahmen der Entwicklungszusammenarbeit durchführen, existieren vielfältige Möglichkeiten, sich als Consultant auch mit anderen Fachthemen selbständig zu machen. Das Feld reicht von Beratung, Gutachten, Coaching bis hin zu Training und Weiterbildung. Im Seminar erfahren Sie mehr über Rahmenbedingungen und Anforderungen an die Tätigkeit als (festangestellter oder freiberuflicher) Consultant und über Möglichkeiten von Kurzzeit-Einsätzen. Sie erhalten einen kompakten Überblick über die Consulting-Branche, exemplarische Einblicke und Gelegenheit zu persönlichen Kontakten.

### Bewerbungstraining und strategische Orientierung für die Stellensuche 25. - 27. November 2016 in 53639 Königswinter

Professionelle Bewerbungsunterlagen sind der Türöffner, um sich bei potentiellen Arbeitgebern zu präsentieren. Doch wie wecke ich das Interesse für mich und meine berufliche Kompetenz? Wie erziele ich die beste Wirkung bei einem Vorstellungsgespräch? Bei diesem Workshop geht es um Ihre individuelle Selbstdarstellung. Durch gezielte Hinweise von Personalfachleuten und ein simuliertes Vorstellungsgespräch mit anschließendem Feedback aus der Gruppe werden Sie fit für Ihre Bewerbungen. Zudem können Sie sich über Strategien einer erfolgreichen Stellensuche informieren.

**Teilnahmebedingungen:** Teilnahmeberechtigt sind zurückgekehrte Entwicklungs- und Friedensfachkräfte, die mit einem Vertrag nach EhfG tätig waren, sowie mit ausgereiste Partner/innen. Die Zahl der Teilnehmenden ist jeweils begrenzt. Nach Rücksprache können im Einzelfall auch weitere Personen teilnehmen. Die Teilnahme an mehreren Seminaren ist möglich.

**Anmeldung:** Wenn Sie bereits unter [www.agdd.de/foerderungswerk](http://www.agdd.de/foerderungswerk) registriert sind, nutzen Sie dort bitte das Anmeldeformular für Seminare. Alternativ können Sie sich per E-Mail an [seminare@agdd.de](mailto:seminare@agdd.de) anmelden.

**Kosten:** Für ehemalige Entwicklungshelfer/innen und deren mit ausgereiste Partner/innen übernimmt die AGdD die Kosten für Unterkunft und Verpflegung im Tagungshaus und erstattet im Rahmen vorgegebener Richtlinien die Fahrtkosten innerhalb Deutschlands (maximal DB-Ticket 2. Klasse). Wenn Sie Ihren ständigen Wohnsitz außerhalb des Bundesgebietes haben, müssen Fahrtkostenerstattungen individuell und vorab geklärt werden. Die Eigenbeteiligung beträgt EUR 30 pro Person und Seminar und wird mit den Fahrtkosten verrechnet.

**Weitere Informationen** unter [www.agdd.de/foerderungswerk](http://www.agdd.de/foerderungswerk)

Mit finanzieller Unterstützung des