

# PRAKTIKUMSBERICHT

VON

*Tobias Dienst*

21.1. – 1.2.2008

*Betriebspraktikum der Jahrgangsstufe 11*

**Bei der Christoffel-Blindenmission (CBM) in Bensheim-Schönberg**

**Referat Presse & Information**



## **Inhaltsverzeichnis**

Inhaltsverzeichnis.....	2
<b>1</b> Einleitung.....	<b>3</b>
<b>2.1</b> Die CBM.....	<b>4</b>
<b>2.2</b> Meine Tätigkeit.....	<b>5</b>
<b>2.3</b> Das Referat Presse und Information.....	<b>5</b>
<b>2.4</b> Der Beruf Pressesprecher.....	<b>6</b>
<b>3.1</b> Probleme und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit der CBM.....	<b>7</b>
<b>3.2</b> Ein Beispiel für außergewöhnliche Öffentlichkeitsarbeit: Die Lobbyarbeit der CBM und deren Beitrag zur UN-Konvention für die Rechte von Menschen mit Behinderung.....	<b>10</b>
<b>4</b> Fazit.....	<b>11</b>

## 1 Einleitung

Das Betriebspraktikum der Jahrgangsstufe 11 habe ich bei der Christoffel-Blindenmission (CBM) in Schönberg verbracht. Tätig war ich im Referat Presse & Information im Ressort Kommunikation. Betreut wurde ich vom Referatsleiter und Pressesprecher Wolfgang Jochum, sowie von seiner Stellvertreterin Ulrike Loos.

Ich hatte mir als Ziel gesetzt, einen Eindruck von Ausmaß und Methodik der Öffentlichkeitsarbeit der CBM als Non-Profit-Organisation zu gewinnen. Dies ist meiner Meinung nach gelungen. Als Hauptmethode zum Gelangen an Informationen diesbezüglich dienten mir zahlreiche Gespräche und Interviews. Hierbei kam es mir zu Gute, dass es in der CBM üblich ist, dass neue Mitarbeiter und Praktikanten durch verschiedene wichtige Arbeitsstationen „rotieren“. So konnte ich mir in diesen Gesprächen – teils alleine, teils zusammen mit anderen neuen Mitarbeitern, Gästen und Praktikanten – bereits in den erst Tagen ein Bild von verschiedenen Arbeitsplätzen machen. Außerdem nahmen sich Wolfgang Jochum, Ulrike Loos und Andreas Pruiken die Zeit, mir in längeren Interviews bei der Ausarbeitung meines Schwerpunktes zu helfen, worauf ich später noch zurückkommen werde.

Weitere Informationen habe ich aus der Internetseite der CBM, sowie einigen Informationspublikationen der CBM entnehmen können.

Als Schwerpunkt für diesen Bericht habe ich „Probleme und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit der CBM“ gewählt, da ich hierin zum einen interessantes Potenzial, das sich auch in das Unterrichtsfach Politik und Wirtschaft einbringen lässt, sah und sehe. Zum anderen verknüpft es sich mit meinem oben genannten Praktikumsziel und unterscheidet, wie ich durch meine gemachten Erfahrungen bestätigen kann, die Öffentlichkeitsarbeit der CBM von der anderer Organisationen und Firmen.

In diesem Zusammenhang schreibe ich auch über die Lobbyarbeit der CBM als Beispiel für außergewöhnliche Öffentlichkeitsarbeit. Diese Perspektive eröffnete mir Wolfgang Jochum bei einem Gespräch über meinen Bericht und vermittelte mich an den Koordinator der Lobbyarbeit Andreas Pruiken.

Über die in der Aufgabenstellung über den Umweltbeauftragten werde ich nicht berichten, da es diesen Posten in der CBM nicht gibt, und sie als nicht produzierender Betrieb derartiges meinen Erfahrungen zufolge nicht benötigt. Auch den Punkt Konflikte mit persönlicher Wertorientierung werde ich aus naheliegenden Gründen nicht bearbeiten.

Abschließend denke ich, dass sich diese Vorgehensweise bewährt hat.

## 2.1 Die CBM<sup>1</sup>

Die Christoffel-Blindenmission Deutschland (CBM) ist eine internationale christliche Entwicklungsorganisation. Rechtlich gilt sie als eingetragener Verein und besitzt das sogenannte dzi-Siegel vom Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen, was sie als anerkannte Hilfsorganisation ausweist. Zudem hat sie für UN und WHO Beraterstatus zu Fragen bezüglich Menschen mit Behinderungen.

Die CBM unterstützt in 112 Länder 1.011 Projekte<sup>2</sup> die hauptsächlich in den Gebieten der Behindertenhilfe und Behindertenintegration wie etwa Krankenhäusern und Schulen. Neben Deutschland gibt es noch neun weitere Mitgliedsvereine der Überorganisation CBMI (Christian Blind Mission International) aus den sogenannten Geberländern. Das Gesamtbudget 2007 lag bei 61 Millionen Euro mit dem nach CBM-Angaben zurzeit 18 Millionen Menschen geholfen wird.

1908 wurde die CBM unter dem Namen „Christliche Blindenmission im Orient“ von Pastor Ernst Jakob Christoffel gegründet und unterhielt zunächst Heime für blinde Menschen, Menschen mit Behinderungen und Waisenkinder in der Türkei und Persien. Nach Christoffels Tod 1955 wurde die Organisation ihm zu Ehren umbenannt.

Seit 1968 ist Bensheim/Schönberg Sitz der CBM. Heute ist es der Hauptsitz der CBM Deutschland und der weltweiten CBMI.

In diesem Jahr feiert die CBM ihr 100 Jähriges Jubiläum unter der Schirmherrschaft von Bundespräsidentengattin Eva Luise Köhler. Die zahlreichen sich mit dem Jubiläum befassenden Projekte waren zumeist Mittelpunkt der Arbeit im Referat Presse und Information während meiner Anwesenheit.



E.J. Christoffel<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Die Informationen in diesem Abschnitt sind, sofern nicht anders angegeben der offiziellen CBM-Pressemappe 2007 und der Homepage [www.cbm.de](http://www.cbm.de) (letzter Zugriff: 1.3.08) entnommen.

<sup>2</sup> Stand 2007; Information aus oben genannter Pressemappe

<sup>3</sup> Bild: CBM-Archiv; Verwendungserlaubnis durch Wolfgang Jochum

## **2.2 Meine Tätigkeit**

Da ich um ein Praktikum im Bereich Öffentlichkeitsarbeit gebeten hatte, wurde ich dem Referat Presse und Information zugeteilt.

Ich arbeitete dort an den verschiedenen Tätigkeiten, die meist mit dem die Pressearbeit stark tangierenden 100-Jährigen Jubiläums zu tun hatten.

Diese Tätigkeiten beinhalteten zum einen weniger anspruchsvolle wie etwa das Archivieren von Pressemitteilungen und Belegartikeln oder dem systematischen Erfassen von Büchern der angeschlossenen Bibliothek, was jedoch, wie ich sehen konnte, zum Arbeitsalltag in dieser Abteilung gehörte. Zum anderen wurden mir auch anspruchsvollere Aufgaben zur selbstständigen Arbeit überlassen. Dazu gehörte das Erstellen und die aktive Mitarbeit an Pressemeldungen und ähnlichem, sowie die logistische Organisation eines Dienstreisenkomplexes im Rahmen der sogenannten „100-Städte-Tour“ der stellvertretenden Referatsleiterin Ulrike Loos und der Recherche über die Ziele ihrer Dienstreise nach Mittelamerika. Darüber hinaus erledigte ich noch einige anfallenden Kleinarbeiten wie etwa dem Korrekturlesen der Texterzeugnissen anderer Kollegen.

Mit dem Ausmaß meiner Tätigkeit war ich zufrieden, ich fühlte mich weder über- noch unterfordert.

## **2.3 Das Referat Presse und Information<sup>4</sup>**

Das Referat „Presse und Information“, in dem ich während des Praktikums tätig war ist dem Ressort Kommunikation unterstellt. Referatsleiter und somit Pressesprecher der CBM Deutschland ist Wolfgang Jochum, der auch meine Betreuungsperson war. Seine Stellvertreterin ist Ulrike Loos.

Im Referat arbeiten Mitarbeiter in den Berufsfeldern Pressesprecher, Online-Gestalter, Fotografen, Graphiker, Büroassistenten und Bibliothekar. Während meines Praktikums hatte ich vor allem mit dem Berufsbild Pressesprecher zu tun, worüber ich in 2.4 genauer berichten werde.

---

<sup>4</sup> Die Informationen entstammen Interviews mit Tanja Plenck (Assistentin), Ulrike Stahlberg (Textdokumentation), Christian Lohse (Bilddokumentation), Ulrike Loos (Stellv. Leiterin) und Olaf Gilbers (Online-Gestalter) vom 21.1.08 sowie mit Wolfgang Jochum (Referatsleiter) vom 1.2.08.

## 2.4 Der Beruf Pressesprecher<sup>5</sup>

Da ich während des Praktikums hauptsächlich mit diesem Berufsbild zu tun hatte, entschloss ich mich im Rahmen dieses Berichts über den Beruf Pressesprecher zu schreiben. Laut Aussage von Wolfgang Jochum ist seine Tätigkeit als Pressesprecher CBM mit der in anderen Betrieben sowohl innerhalb als auch außerhalb der Branche der Nicht-Regierungs-Organisationen „durchaus vergleichbar“<sup>6</sup>. Diese Aussage konnte ich jedoch mit den mir zu Verfügung stehenden Mitteln nicht überprüfen.

Der Beruf Pressesprecher ist kein Lehrberuf. Übliche Ausbildungswege ist die Ausbildung zum Kommunikationswirt oder eine journalistische Ausbildung beziehungsweise Studium. Wolfgang Jochum war zuvor als Redakteur beim Starkenburger Echo tätig, was nicht untypisch für einen Pressesprecher ist.

Die Hauptaufgabe des Pressesprechers ist es, seine Organisation beziehungsweise Firma in den Medien „positiv darzustellen“<sup>7</sup>. Bei der CBM wird zudem besonderen Wert auf Presseinformation gelegt. So kommt es häufig vor, dass Informationsanfragen verschiedener Medienvertreter eintreffen. Aufgrund dem Bekanntheitsgrad und deren Beraterstatus bei der UN wird die CBM nämlich häufig als Quelle herangezogen. Die hieraus anfallende Arbeit wird jedoch meinen Ehrfahrungen zufolge in der CBM meist an die darauf spezialisierten Mitarbeiter delegiert. Die Hauptmethoden der Arbeit als Pressesprecher sind Pressemeldungen, Pressekonferenzen und Interviews mit der Presse.

Die Einkommenssituation eines Pressesprechers ist laut Wolfgang Jochum sehr unterschiedlich und die CBM als Non-Profit-Organisation kann hierfür nicht exemplarisch herangezogen werden.

Auch die Mitbestimmung eines Pressesprechers fällt sehr unterschiedlich aus. In einigen Firmen ist der Pressesprecher nur ausführendes Organ, in anderen „verantwortlich für alle PR-Aktivitäten“<sup>8</sup>. Wolfgang Jochum hat zur Zeit den Posten des stellvertretenden Direktors des Ressorts Kommunikation inne.

---

<sup>5</sup> Sofern nicht gesondert angegeben entstammen die Informationen aus einem Interview mit Wolfgang Jochum (Pressesprecher, Referatsleiter) vom 1.2.08, sowie der Homepage der Agentur für Arbeit unter <http://berufenet.arbeitsagentur.de/berufe/start?dest=profession&prof-id=8287> letzter Zugriff 3.1.08 und <http://de.wikipedia.org/wiki/Pressesprecher> letzter Zugriff 1.3.08.

<sup>6</sup> Interview mit Wolfgang Jochum (Pressesprecher, Referatsleiter) vom 1.2.08

<sup>7</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Pressesprecher> letzter Zugriff 1.3.08.

<sup>8</sup> Interview mit Wolfgang Jochum (Pressesprecher, Referatsleiter) vom 1.2.08

Laut Einschätzung Wolfgang Jochums wird sich dieser Beruf in den nächsten Jahren nur insofern verändern, dass die Arbeitsvorgänge schneller werden. Genauere Prognosen sind wegen der voranschreitenden Kommunikationstechnologie nicht möglich.

Für mich persönlich ist der Beruf Pressesprecher keine Option. Mein Hauptgrund hierfür ist, dass ich merkte, dass ein hauptamtlicher Pressesprecher, quasi nie absolut Feierabend oder Urlaub hat, da unvorhergesehen sein Eingreifen vonnöten sein kann. Auch interessant war in dieser Hinsicht die Meinung seiner Stellvertreterin Ulrike Loos, die „seinen Job auf keinen Fall“<sup>9</sup> machen wollte, da dieser ihr zu stressig sei.

## **Der Schwerpunkt**

### **3.1 Probleme und Methoden der Öffentlichkeitsarbeit der CBM<sup>10</sup>**

Laut Wolfgang Jochum sind die Hauptprobleme der Öffentlichkeitsarbeit der CBM zum einen, dass sie mit ihrer Arbeit für Menschen mit Behinderung in einer „Nische“<sup>11</sup> der Entwicklungshilfe ist. Zum anderen sei der Name ein Problem, da er nicht nur einen ungewöhnlichen Namen wie Christoffel beinhaltet, sondern auch das Wort Blindenmission enthält, worunter sich viele Menschen wenig vorstellen können.

Letzterem Problem versucht man in der CBM Abhilfe zu verschaffen, indem man versucht, sich in der Öffentlichkeit zunehmend als CBM und nicht wie zuvor als Christoffel-Blindenmission zu präsentieren.

In der Medienpräsenz der Organisation liegt meinen Erfahrung zufolge der Schlüssel der Öffentlichkeitsarbeit für eine Organisation wie die CBM. Der Erfolg einer darauf gerichteten Pressearbeit lässt sich auch in Zahlen angeben: Seit dem Beginn der Pressearbeit Mitte der 80er Jahre<sup>12</sup> stieg der öffentliche Bekanntheitsgrad der CBM in Deutschland von etwa drei auf inzwischen fast 30 Prozent<sup>13</sup>. Neben diesem Hauptziel, nämlich dem bekannter werden, gibt es noch andere Gründe für Pressearbeit. Dies ist die allgemeine Stärkung des sogenannten Eine-Welt-Bewusstseins und um „neue Spender [zu] gewinnen und bestehende Spender [zu] stärken“<sup>14</sup>. Dies wird auf zahlreichen teils ungewöhnlichen Wegen erreicht. So werden deutschlandweiten Pressemeldungen zu Aktionstagen, wie etwa dem Welttag der Behinderten

---

<sup>9</sup> Ulrike Loos (stellv. Pressesprecherin) 28.1.08

<sup>10</sup> Sofern nicht gesondert angegeben entstammen die Informationen aus einem Interview mit Wolfgang Jochum vom 1.2.08.

<sup>11</sup> Wolfgang Jochum (Pressesprecher) 1.2.08.

<sup>12</sup> Genaues Datum Definitionsfrage

<sup>13</sup> Angabe Wolfgang Jochum (Pressesprecher) 1.2.08.

<sup>14</sup> aus: Powerpointpräsentation „Einführung in die CBM-Pressearbeit“ Autor: Ulrike Loos und Wolfgang Jochum

oder dem Welttag des Sehens versendet. Auch schreibt die CBM Pressemeldungen an verschiedenen Jahrestagen, wie etwa runden Geburtstagen des Gründers Christoffel, Jahrestagen von Erfindungen, wie zum Beispiel der Grauen Star Operation. In diesen Kontext sind auch die derzeitigen Jubiläumsveranstaltungen einzuordnen.

Daneben veranstaltet die CBM zahlreiche Events, um Medienaufmerksamkeit zu erringen. Neben dem sogenannten Erlebnistag, einem mobilen Gang, der Grauen-Star-Blindheit simuliert, über dessen Touren durch ganz Deutschland häufig berichtet wird, verleiht die CBM im Rahmen von Jugend forscht einen Sonderpreis für Behindertenfreundliche Erfindungen.

Ein erst seit kurzem benutztes Instrumentarium zum Erreichen öffentlicher Aufmerksamkeit ist die Zusammenarbeit mit verschiedenen Promis. Zu diesen gehören beispielsweise Pelè, der sich unter anderem für gehörlose Kinder einsetzt, sowie der blinde Marathonläufer Henry Wanyoike und die blinde Sängerin Joana Zimmer, die oftmals auch Benefizkonzerte veranstaltet. Durch diese Zusammenarbeiten kommt es auch zu einer verstärkten Präsenz in der Boulevardpresse, die gerne über die Besuche der Promis in überseeischen Hilfsprojekten berichtet.

Darüber hinaus vermittelt die CBM-Pressearbeit häufig ihre sich auf Heimaturlaub befindlichen Mitarbeiter als Interviewpartner. Reportagen über sie finden in den regionalen Zeitungen großen Anklang. Neu ist, dass Mitarbeiter in Katastrophengebieten als Interviewpartner vermittelt werden. Während meiner Anwesenheit, also auf dem Höhepunkt der Unruhen in Kenia im Januar und Februar dieses Jahres, bekam ich mit, wie ein sich in Nairobi aufhaltender Mitarbeiter für zahlreiche Zeitungen und Fernsehsender als Interviewpartner, quasi als „Ersatzkorrespondent“<sup>15</sup> vermittelt wurde. Während des Hurrikans Dean letztes Jahr wurde der Kingstoner Mitarbeiter Jörg Weber für 17 Interviews<sup>16</sup> vermittelt. Die CBM hat hierbei den Vorteil, dass dabei ihr Name genannt wird. Dieses Ziel wird auch verfolgt, indem Anfragen von Journalisten beantwortet werden, die zum Thema Menschen mit Behinderungen spezielle Informationen benötigen. Die daraus resultierenden Erwähnungen als Quelle macht diese Methode für die CBM interessant.

Laut Wolfgang Jochum ist es ein „wichtiges Zukunftsziel“<sup>17</sup>, die Anerkennung als Fachorganisation auszubauen.

Neben diesen sich hauptsächlich mit Printmedien befassenden Methoden ist die Online-Arbeit ein Gebiet mit „stark zunehmender Wichtigkeit“<sup>18</sup>. Für die schon bestehenden Homepage

---

<sup>15</sup> Wolfgang Jochum (Pressesprecher) 1.2.08.

<sup>16</sup> Angabe Wolfgang Jochum (Pressesprecher) 1.2.08.

<sup>17</sup> Wolfgang Jochum (Pressesprecher) 22.1.08.



www.cbm.de wirbt die CBM mithilfe der „Google adwords“ einer Googlefunktion, die gegen Bezahlung Links zur Homepage neben die Suchergebnisse einiger erfolgsverheißender Suchbegriffe setzt. Eine Bewerbung für das für geprüfte Hilfsorganisationen kostenfreie, ähnlich funktionierende „Google grants“ wurde bereits eingereicht, der Prüfungsprozess wird jedoch noch einige Zeit in Anspruch nehmen.

Über die Medien hinaus praktiziert die CBM das sogenannte Direct-Mailing Verfahren<sup>19</sup> Hierbei werden sowohl bestehende Spender regelmäßig angeschrieben und zu erneuten Spenden bewegt, als auch Neuadressaten, deren Adressen bei Adressenagenturen gekauft werden können. Hierfür gelten allerdings umfangreiche Datenschutzbeschränkungen. Das Direct-Mailing Verfahren muss auf entsprechender Aufforderung des Angeschriebenen eingestellt werden.

Allgemein werden auch vom Deutschen Zentralinstitut für soziale Fragen (DZI), die Hilfsorganisationen prüft, der Öffentlichkeitsarbeit der CBM Auflagen gemacht. Diese Beziehen sich zum einen beschränkend auf die Kosten, zum anderen muss etwa bei Fotos die Menschenwürde gewahrt bleiben.

Zudem fiel mir bereits im Vorfeld des Praktikums ein weiteres Problem auf: Anders als andere Organisationen wie etwa das Rote Kreuz kann die Öffentlichkeitsarbeit der CBM nicht auf medienwirksame Katastropheneinsätze bauen. Doch auch hierfür gibt es einen Abhilfeversuch. Auch an Wochenenden und Feiertagen gibt es im Ressort Kommunikation einen „Katastrophenbereitschaftsdienst“. Dieser gibt, sobald es zu einer Katastrophe kommt, Pressemeldungen mit Spendenaufrufen für eventuell betroffene Projekte heraus. Während meines Praktikums war dies jedoch nicht der Fall. Eine derartige Arbeit gibt es seit dem Tsunami Ende des Jahres 2004.

Ebenfalls interessant ist die Geschichte der CBM-Öffentlichkeitsarbeit. Erstaunlicherweise veranstaltete bereits Christoffel in den Gründerjahren verschiedene Veranstaltungen, wie etwa Orientalischen Festen. Die Pressearbeit beschränkte sich jedoch nur auf eine Berichterstattung in verschiedenen evangelischen Kirchenzeitungen. Wie bereits erwähnt wuchs die Öffentlichkeitsarbeit parallel zum allgemeinen Wachstum der CBM in den 80er Jahren.

---

<sup>18</sup> Olaf Gilbers (Online-Gestalter) 21.1.08

<sup>19</sup> Informationen zu diesem Thema aus einem Interview mit Heidrun Mürdter (Abteilungsleiterin Direct Marketing) vom 28.1.08.

## 3.2

### **Ein Beispiel für außergewöhnliche Öffentlichkeitsarbeit: Die Lobbyarbeit der CBM und deren Beitrag zur UN-Konvention für die Rechte von Menschen mit Behinderung<sup>20</sup>**

Eines der wichtigsten Ziele der Öffentlichkeitsarbeit der CBM ist das Vergrößern eines weltweiten Bewusstseins für Menschen mit Behinderungen und die Stärkung ihrer Rechte. Im aktuellen Zusammenhang dazu steht die am 30. März 2007 unterzeichnete UN-Konvention für die Rechte von Menschen mit Behinderungen, an der die CBM „stark mitgewirkt“<sup>21</sup> hat. Kurz zusammengefasst bekräftigt die Konvention, dass die Menschenrechte auch und insbesondere für Menschen mit Behinderung gelten. Zudem verpflichten sich die ratifizierenden Staaten dazu, ihnen größtmögliche Barrierefreiheit zu ermöglichen. Neu ist hierbei der Gedanke, dass Behinderten nicht aus Mitleid geholfen wird, sondern weil sie ein Recht darauf haben. Bisher haben 125 Mitgliedsstaaten<sup>22</sup> die Kommission unterzeichnet. Die Konvention wird von der CBM als „Meilenstein“<sup>23</sup> für ihre zukünftige Arbeit angesehen. Erreicht wurde dies auch mithilfe der Lobbyarbeit der CBM. Ich sprach zu diesem Thema mit dem Koordinator dieser doch eher ungewöhnlichen Form der Lobbyarbeit Andreas Pruiskens. Ihm zufolge ist der Zweck der Lobbyarbeit „Bewusstsein [zu] schaffen und somit die Arbeit der CBM [zu] erleichtern“<sup>24</sup>. Hierfür hat die CBM ein Weltweites Netz aufgebaut, das Lobbyarbeit auf allen Kontinenten und auf den Ebenen von UN, EU und auch in Deutschland betreibt. In Brüssel gibt es sogar ein eigenes CBM-Lobbybüro. Neben der UN-Konvention waren die letzten großen Projekte zwei Politpapiere auf Bundesebene und von der EU. Sie rücken erstmals Behinderung und Entwicklung in ein gemeinsames Licht. Sie sollen verdeutlichen, „wie wichtig die Berücksichtigung der Belange von Menschen mit Behinderungen für die weltweite Armutsbekämpfung ist“<sup>25</sup>. Auch veranstaltete die CBM einen Parlamentarischen Abend in Berlin. Die Zielsetzung die Entwicklungspolitische Lage zu ihren Gunsten zu ändern ist nach Einschätzung Pruiskens geglückt.

---

<sup>20</sup> Sofern nicht anders angegeben entstammen die Informationen aus einem Interview mit Andreas Pruiskens (Coordinator Global Alliances) vom 25.1.08 und der deutschen Arbeitsübersetzung der UN-Konvention für die Rechte von Menschen mit Behinderung

<sup>21</sup> Andreas Pruiskens (Coordinator Global Alliances) vom 25.1.08.

<sup>22</sup> Angabe: [www.un.org/disabilities/countries.asp?navid=12&pid=166](http://www.un.org/disabilities/countries.asp?navid=12&pid=166) letzter Zugriff 2.3.08

<sup>23</sup> Martin Georgi (CBM Direktor) auf der CBM-Homepage

<sup>24</sup> Andreas Pruiskens (Coordinator Global Alliances) vom 25.1.08.

<sup>25</sup> „Behinderung und Entwicklung“ Herausgegeben 2006 von der GTZ im Auftrag des BMZ Seite 1.

## **4 Fazit**

Während meines Praktikums konnte ich mir ein gutes und umfassendes Bild von der Öffentlichkeitsarbeit der CBM machen. Ich habe einiges Neues über die Öffentlichkeitsarbeit einer Non-Profit-Organisation erfahren. Ich war sehr zufrieden mit dem Praktikum, da über den Erfahrungszuwachs hinaus ich auch mit meiner dortigen Tätigkeit und der dortigen Arbeitsatmosphäre sehr zufrieden war. Ich halte diesen Betrieb als Praktikumsplatz für Leute mit einem Interesse im Gebiet Pressearbeit für empfehlenswert.

Obwohl ich an der Arbeit Interesse gefunden habe, sehe ich allerdings für mich persönlich keine Berufsperspektive in dem Gebiet Pressearbeit, da mir der gewisse Anreiz fehlte, mich mit diesem Gebiet über einen längeren Zeitraum zu beschäftigen.